MAITRISEZ L'HYPNOSE CONVERSATIONNELLE

De novice à **expert** grâce à cette méthode inédite pour maîtriser pas à pas l'hypnose conversationnelle.

HC

www.hypnose-conversationnelle.com

Maîtrisez L’hypnose Conversationnelle

De novice à **expert**, grâce à cette méthode inédite pour maîtriser l’hypnose conversationnelle pas-à-pas

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

A lire – Très important

Le simple fait de lire le présent livre vous donne le droit de ***l'offrir en cadeau* à qui vous le souhaitez.**

Vous êtes autorisé à l'utiliser selon les mêmes conditions commercialement, c'est-à-dire à l'offrir sur votre blog, sur votre site web, à l'intégrer dans des packages et à l'offrir en bonus avec des produits, mais PAS à le vendre directement, ni à l'intégrer à des offres punies par la loi dans votre pays.

Ce livre est sous licence Creative Common 3.0 « Paternité – pas de modification », ce qui signifie que vous êtes libre de le distribuer à qui vous voulez, à condition de ne pas le modifier, et de toujours citer l'auteur Renaud Czerwiec comme l'auteur de ce livre, et d'inclure un lien vers http://hypnose-conversationnelle.com.

« Maîtrisez l'hypnose conversationnelle » par Renaud Czerwiec est mis à disposition selon les termes de la licence Creative Commons Paternité - Pas de Modification 3.0 Unported.

Sommaire

Introduction : tout ce que vous avez toujours voulu savoir sur l'hypnose conversationnelle, sans jamais avoir osé le demander 9

L'hypnose de style conversationnel, qu'est-ce que c'est ?.....10

L'hypnose de style conversationnel, ou comment parler aux 3 cerveaux de son interlocuteur.....11

L'hypnose conversationnelle fonctionne, car elle « parle » aux 3 cerveaux de son interlocuteur :.....11

Les ingrédients de l'hypnose conversationnelle en pratique : 11

Appendre l'hypnose de style conversationnel par l'exemple (Barack Obama) : 12

Un président américain dévoile à son insu - un secret bien gardé - qui lui a permis de conquérir la Maison Blanche 17

Un discours dans le discours.....20

Chapitre 1 : Fondation de la communication hypnotique : connectez-vous aux autres et créer une connexion émotionnelle forte et impactante 22

Entrez dans la carte du monde votre interlocuteur.....23

Apprenez l'art de la synchronisation 23

Connectez-vous sur le bon canal sensoriel de votre interlocuteur 25

Devenez un Sherlock Olmes du langage du corps 27

Chapitre 2 : Les 8 ingrédients de la communication hypnotique que vous devez absolument connaître pour devenir pas-à-pas un expert en hypnose conversationnelle...31

Ingrédient 1 : le langage hypnotique, et comment rendre vos paroles séduisantes aux yeux des autres, et leur donner envie de vous suivre 32

Entrez dans leur carte du monde.....33

Les mots qui font appel aux émotions 33

Les déclarations vagues, ou comment déclencher la curiosité et l'intérêt d'autrui.....36

Les thèmes linguistiques *de transe* : placez votre interlocuteur en mode hypnotique 38

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Les mots de liaison de la communication hypnotique, ou comment faire le pont avec son inconscient 40

Les mots-focalisateurs, ou comment orienter l'attention, les émotions et les pensées de votre interlocuteur.....44

Ingrédient n° 2 : Les besoins de l'être humain, et comment savoir facilement ce qui motive les autres pour l'utiliser de façon stratégique 46

La découverte des besoins : les leviers émotionnels que tous les grands leaders de cette planète utilisent - et comment l'acquérir vous aussi 57

Ingrédient n°3 : la suggestion hypnotique, si vous l'ajoutez à vos conversations, vous pourrez impacter profondément n'importe qui

Tout l'art de suggérer sans en avoir l'air et comment l'acquérir facilement : la commande hypnotique cachée 59

Comment faire dire « oui » à quelqu'un - de façon systématique et sans même qu'il ne s'en rende compte : la suggestion de type phase et conduite.....67

Comment utiliser la futur pour mettre quelqu'un en transe… maintenant ? La suggestion du Pont Vers Le futur.....71

Pont vers le futur : mode d'emploi 72

Exemple de Pont vers le futur en hypnose conversationnelle.....73

Ingrédient n°4 : la voix hypnotique. Sa maitrise est ardemment recherchée des personnes qui se préoccupent de leur capacité à convaincre.....75

La tonalité ascendante, un ascendeur linguistique pour l'engagement. 78

Les tonalités descendantes : ce que vous devez faire maintenant, si vous avez souvent du mal à convaincre votre entourage de vous écouter.....78

Si vous les maitrisez, vous deviendrez un communicateur magnétique et impactant : le rythme & la tonalité.....81

Ingrédient n°5 : les résistances, comment les contourner et caféiner votre communication 84

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Outil 1 : En le maitrisant, vous constaterez que les autres iront dans votre sens : le paradoxe hypnotique 86

Outil n°2 : comment contourner les limites et préjugés de vos interlocuteurs : le recadrage 89

Outil 3 : En prenant cet aspect particulier du langage en considération, vous n'aurez aucun mal à développer votre capacité de persuasion: le langage de confusion hypnotique.....95

Le langage d'expansion de l'esprit.....99

Les mots à double négation : 104

Les mots générateurs de confusion.....106

Outil 4 : Des outils indispensables afin que les autres ne vous disent plus jamais « jamais » : les quantifieurs universels 108

Outil n°5 : L'outil que vous devez absolument maîtriser- il rendra vos points de vue 100 fois plus écoutés : les questions destructrices d'objections.....111

L'hypnose conversationnelle en action, exemple de cas concret à l'université 112

Les questions mobilisatrices en hypnose conversationnelle, un exemple d'efficacité pour transformer un non en oui 114

Les questions mobilisatrices, ou comment transformer une objection en intérêt.....115

Ingrédient 5 : le cold reading, ou comment lire en l'autre, comme dans un livre ouvert 116

Etape 1 : créer une connexion avec l'autre en utilisant le cold reading pour « lire dans sa pensée» 116

Etape 2 : approfondissez votre cold reading pour « lire dans sa pensée», en utilisant une métaphore 116

Etape 3: Créer un état de suggestibilité chez l'autre par une question.....117

Ingrédients n°6 : Les phénomènes hypnotiques, un stratagème génial du célèbre Milton Erickson pour impacter votre communication.....119

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Qu'est-ce donc la distorsion du temps ? 119

La régression et la progression en âge 122

La revivification d'expérience émotionnelle, ou comment parler « à l'enfant enfoui » qui sommeille en chaque adulte 124

Passons maintenant au dernier phénomène hypnotique : la dissociation. 127

Ingrédient n°7 : L'ancrage, la télécommande pour déclencher instantanément le comportement désiré chez l'autre - et comment vous pouvez l'apprendre 129

Ancrez donc vos interlocuteurs à de bons sentiments envers vous 129

L'un des secrets les plus méconnus pour influencer les comportements, les paroles et les attitudes des personnes que vous souhaitez convaincre ou séduire 133

Ingrédient N°7 : les symboles hypnotiques, la technique Barack Obama pour influencer l'inconscient 135

Jared Leto, un showman acteur, musicien... et hypnotiseur ? 135

Ingrédient N°8 : le storytelling hypnotique, ou comment emmener les autres, comme Alice au pays des Merveilles 137

Les métaphores, la porte d'entrée du storytelling hypnotique 138

Les histoires hypnotiques, la huitième merveille du monde de la communication 144

1. Les histoires personnelles 144

2. Les histoires du type *mon ami John* 145

Hypnose conversationnelle avancée : cas concrets de mise en pratique dans la vie réelle 148

Cas d'étude 1 : comment motiver un ami à partir en vacances au soleil avec vous, sans être poussif, ni vendeur ? 149

Cas d'étude 2 : De la dépression à la renaissance, en 1 mois. La méthode d'hypnose conversationnelle à utiliser quand on est infirmier 151

Conclusion : Les secrets des super-communicants révélés à tous 154

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Pour en savoir un peu plus sur moi, cher lecteur 156

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Introduction : tout ce que vous avez toujours voulu savoir sur l'hypnose conversationnelle, sans jamais avoir osé le demander

L'hypnose de style conversationnel fascine. Comme une légende urbaine, beaucoup en parlent, mais peu au final l'ont réellement touchée du doigt. Pour autant, l'hypnose de style conversationnel existe bel et bien. Loin d'être une légende urbaine, ses applications dans la communication et la thérapie sont nombreuses. Apprenez ici, ce qu'est l'hypnose conversationnelle, quels sont ses **ingrédients** et comment la pratiquer au quotidien.

Nombreuses sont les personnes qui s'intéressent à l'hypnose conversationnelle, mais il existe assez peu de ressources sur le sujet. Alors, je souhaite ici vous faire part de mon expérience en hypnose de style conversationnel, afin de vous expliquer ce qu'elle est réellement. Elle fonctionne pour moi. Et il y a de fortes chances pour qu'elle puisse fonctionner pour vous aussi… si vous prenez la peine de **la maîtriser**.

Alors, ne perdons pas de temps. Partons à sa découverte, voulez-vous ?
Comment fonctionne-t-elle et comment l'utiliser pour l'appliquer le plus intuitivement possible dans le monde réel ? Découvrez dans ce livre, ce qu'est précisément l'hypnose conversationnelle, et quels sont ses domaines d'application. Et surtout, comment l'appliquer au quotidien. Vous trouverez de **nombreux exemples** de mise en application.

Bien sûr, un livre ne remplacera jamais l'apprentissage pratique, comme pourrait le faire une formation. C'est un fait. Cependant, après avoir lu ce livre, et mis en application ses principes, vous réaliserez tôt ou tard que votre capacité à **fédérer**, communiquer et **convaincre** va être mise sur orbite. Pas-à-pas. Alors…en route, *Alice, au pays des Merveilles* !

Aussi, vous le remarquerez tôt ou tard dans ce livre, le ton utilisé pour vous vous faire découvrir l'hypnose conversationnelle est volontairement **imagé**, ludique, et accessible. L'objectif ? Rendre plus aisé, la compréhension et la maîtrise de l'hypnose conversationnelle, ceci au plus grand nombre. Car parler de recherche transdérivationnelle, de ratification, d'élicitation, de distraction de l'hémisphère cérébral dominant, ne vous parlera probablement pas. Alors n'en parlons pas trop.

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Et facilitons-nous la vie par un langage clair, facile et imagé. C'est quand même mieux quand c'est clair et limpide comme de l'eau de roche, non ?

L'hypnose de style conversationnel, qu'est-ce que c'est ?

L'hypnose conversationnelle est une forme d'**hypnose éveillée** qui utilise des protocoles d'induction sur un sujet, sans que celui-ci ne le réalise. L'hypnose de style conversationnel (comme son nom l'indique), peut donc s'utiliser dans une conversation de la vie quotidienne. Autour d'une tasse de café. Dans un bar. A l'école. Dans une discothèque. A la maison. La seule limite est donc votre imagination.

Les applications de l'hypnose conversationnelle sont donc nombreuses :

- En hypnothérapie : lorsque la transe formelle est terminée, l'on peut continuer à travailler sur le sujet, de façon conversationnelle et stratégique. Comme si c'était une simple discussion.
- En coaching de vie : amener une personne à lui suggérer d'autres choix de comportements qui favorisent son autonomie, sa liberté d'être
- Dans la relation d'aide : éducateur, parents, enseignants qui souhaitent influencer positivement afin de favoriser une meilleure relation et une meilleure compréhension de l'autre
- Dans la communication : manager, publicitaire, CEO, homme politique, marketeur… une communication efficiente est la base de relations professionnelles, politiques et commerciales prospères.
- Dans la séduction : apprendre à développer son charisme, son approche relationnelle, tout en prenant confiance en soi

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

L’hypnose de style conversationnel, ou comment parler aux 3 cerveaux de son interlocuteur

L’objectif de l’hypnose de style conversationnel est de dialoguer directement avec l’esprit subconscient et inconscient de son interlocuteur, sans que son facteur critique ne vienne stopper cette communication. Si l’on peut oser la comparaison, pratiquer l’hypnose conversationnelle, c’est comme faire la cuisine. Il faut respecter une **recette** qui fonctionne. C’est à dire que l’hypnose conversationnelle peut s’axer autour de ce schéma de base : **A.C.S.**

A, comme attirer l’attention et orienter la pensée de son interlocuteur.
C, comme contourner son facteur critique (filtres, méta programmes, valeurs, etc)
S, comme stimuler son esprit inconscient et favoriser une réponse inconsciente

L’hypnose conversationnelle fonctionne, car elle « parle » aux 3 cerveaux de son interlocuteur :

- Le cerveau réflectif, siège de notre déduction logique, notre esprit d’analyse
- Le cerveau limbique, siège de nos émotions
- Le cerveau reptilien, siège de notre survie et de nos prises de décisions

Autrement dit, lorsque l’on utilise l’hypnose de style conversationnel de façon maîtrisée, on parle aux **3 cerveaux** en même temps, l’objectif final étant de distraire le cerveau réflectif, tout en stimulant le cerveau limbique et le cerveau reptilien. L’explication que je vous donne ici peut être synonyme, en langage scientifique (pour les puristes) de : recherche transdérivationnelle, de distraction de l’hémisphère dominant et de stimulation de l’hémisphère dominé… Voilà qui est dit (Cela ne vous aura pas rendu plus riche, mais vous excellerez sans doute à *Question Pour un Champion*).

Les ingrédients de l’hypnose conversationnelle en pratique :

- La création d’un rapport hypnotique
- Le langage hypnotique
- Les suggestions hypnotiques (calquage et conduite, commande hypnotique, pont vers le futur, induction par confusion)
- Le cold reading

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

- Le travail sur les résistances (intervention paradoxale, métamodèle, langage de confusion, recadrage)
- Le travail sur les besoins
- Les métaphores et histoires
- Utilisation des phénomènes hypnotiques (régression, revivification, futurisation, distorsion du temps, dissociation

Appendre l'hypnose de style conversationnel par l'exemple (Barack Obama) :

Je vous invite à lire ce qui suit. C'est un petit extrait de speech hypnotique utilisé par Barak Obama lors de son discours de la convention démocratique le 28 août 2008. Vous y verrez comment il utilise la recette **A.C. S.** de l'hypnose conversationnelle. Tout comme il utilise plusieurs ingrédients essentiels (langage hypnotique, congruence verbale et non-verbale, thème hypnotique, voix hypnotique, commandes hypnotiques cachées, calquage et conduite) :

« *Cela fait maintenant deux petits mois (pause)… Depuis que nous avons commencé (pause)… Cette campagne pour la présidence (pause)… Durant tout ce temps j'ai voyagé à travers tout le pays (pause)… Et avant chaque congrès (pause)… Je prends habituellement quelques minutes pour m'asseoir tranquillement et (pause)… Collecter mes pensées (pause)… Et récemment je me suis retrouvé (pause)… à réfléchir sur (pause) ce qui m'a mené…MOI (pause) …à vouloir la première place du service public… »*

La majorité du temps, Barak Obama commence ses discours par une histoire hypnotique. Car le storytelling hypnotique est un outil de premier choix parce qu'il emploie un **langage imagé**, des métaphores, et réactive instantanément le pouvoir de notre **imagination** – un peu comme si nous nous sentions comme un enfant transporté dans un autre lieu et un autre moment. De telle sorte que notre **facteur critique** se dise *« Ce n'est qu'une histoire, je peux donc baisser la garde »,* et laisse donc passer dans notre esprit profond, des messages cachés et codés à notre insu.

Le langage hypnotique : rythme et tonalité

Ce qui caractérise la façon dont Obama raconte ses histoires, c'est le rythme lent et fractionné par des silences d'une à deux secondes et ce, tous les cinq à huit mots. Ce

stratagème vocal force littéralement son interlocuteur à être scotché au sens profond de chaque mot qui sort de sa bouche. Mais tout ceci n'est qu'une petite partie des stratégies qui se cachent derrière cette petite histoire hypnotique.

Les thématiques hypnotiques (relaxation, focalisation)

Car lorsque l'on y regarde de plus près, Barak Obama utilise de façon très maîtrisée, un thème hypnotique cher à l'hypnose conversationnelle. En d'autres mots, un thème hypnotique, comme par exemple la **relaxation**, ou encore la **concentration**, sont des thèmes couramment utilisés en communication hypnotique invisible. Obama est un orfèvre en la matière, et utilise précisément ces techniques en nous racontant une simple histoire, dans un rythme narratif plutôt lent aux caractéristiques hypnotique à propos de lui-même, en train de s'asseoir tranquillement. Mais aussi de collecter ses pensées.

La formule A.C.S et les commandes hypnotiques cachées en hypnose de style conversationnel

Cette collection de mots et cette anecdote à première vue totalement innocents, sont comme un écran de fumée opaque, dont le rôle véritable est de dissimuler des **commandes hypnotiques cachées** qui vont s'implanter au plus profond de l'esprit du spectateur. Ces mots écran de fumée ont un double sens. D'une part, Obama parle de lui-même en train de s'asseoir tranquillement ou de collecter ses pensées.

Mais en même temps, il fait glisser au public présent – grâce aux **commandes hypnotiques** cachées – de s'asseoir tranquillement ou de collecter ses pensées.
Et c'est précisément ce que font les personnes assises en face de lui en train de l'écouter : Elles sont assises tranquillement. De même, elles sont en train de collecter leurs propres pensées. Cette histoire, est un peu comme un miroir, qui reflète précisément ce que les personnes dans la salle sont en train de vivre.

En procédant de la sorte Obama, hypnotise lentement mais sûrement son auditoire, en les forçant de façon indirecte à s'asseoir paisiblement et à collecter leurs pensées. Autrement dit – au travers d'une simple histoire, il les influence de façon subtile, à rentrer dans un état de **passivité** et d'attention tranquille. Etat propice à préparer leur cerveau inconscient à être réceptif à ses suggestions, tout en contournant leur filtre critique : c'est la formule **A.C.S** de l'hypnose conversationnelle.

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Faites-en l'expérience vous-même et rappelez-vous ceci. Lorsque vous êtes au cinéma, n'avez-vous pas tendance à être focalisé exclusivement sur l'action qui se déroule dans le film, tout en oubliant le reste ? Comme par exemple, l'heure qui passe.Votre esprit n'est-il pas profondément capté par ce que vous voyez à l'écran ?

Votre **esprit critique** qui habituellement est si prompt à réagir, n'est-il pas en quelque sorte roulé dans la farine ? Car après tout, ce n'est qu'un film. Pourtant il vous arrive de pleurer, d'avoir peur ou encore d'être bousculé par ce film qui vous prend aux tripes, non ? C'est exactement ce que fait Obama dans ces discours en utilisant ces techniques d'hypnose conversationnelle, à l'insu de son auditoire.

Il **capte l'attention** de son auditoire, le place dans un état de **passivité** et de réceptivité mentale, tous deux propices à endormir leur esprit critique. Pour ensuite faire tranquillement passer son message qui viendra se planter au cœur de leur **esprit inconscient.**

Retenez bien ceci :

A : Capter l'attention de votre interlocuteur et Le placer dans un état de réceptivité mentale,
C: Contourner son esprit critique,
S : Semer votre suggestion au cœur de son esprit inconscient et favoriser une réponse inconsciente

L'hypnose de style conversationnel, appelée encore hypnose conversationnelle, est un type d'hypnose invisible qui vous permettra de décupler votre capacité à convaincre. Tout comme tisser des relations plus harmonieuses et plus riches au quotidien. Qu'elles soient professionnelles, amicales ou amoureuses. A vous de l'utiliser comme il se doit afin de créer des relations gagnant-gagnant. C'est essentiel !

Et s'il est une chose choquante de la vie que ce chapitre va vous révéler, c'est que votre niveau de succès dépend avant tout de vos capacités à faire adhérer les autres à vos idées et à votre vision. **A être captivant(e), convainquant(e). A être influent(e) et posséder ce que les grands hommes (femmes) en commun : la force du leadership et du charisme**.

L'histoire nous démonte à maintes reprises que ceux qui ont marqués leur génération de leur empreinte sont de grands communicateurs. Tous ont cette capacité peu commune de créer de l'adhésion autour de leur vision ou de leurs idées. Martin Luther King, Barak Obama, Charles De Gaulle, Ronald Reagan.

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Autant de communicateurs hors pairs qui ont su toucher les cœurs et les consciences de millions de personnes de par le monde. Ne vous y détrompez pas. Votre capacité à embrasser le succès dépend beaucoup de votre faculté à communiquer avec les autres. Tout comme le feu dépend de l'oxygène pour exister.

Si vous souhaitez rencontrer le succès et l'épanouissement dans votre vie, cela passera forcément par un travail d'équipe. Vous pouvez arriver seul à la réussite. Sans aucun doute. Mais cela prendra plus de temps et d'énergie. Car sur la route du succès, obtenir un « oui » en transformant autrui en allié sera un outil indispensable à votre réussite.

Regardez l'histoire, et prenez conscience que les plus belles réussites sont souvent l'œuvre d'un travail d'équipe, entre hommes qui regardent vers la même direction. A ce propos, pensez-vous que le commandant de bord de l'avion du succès dans lequel vous avez embarqué, pourrait-il voler seul, sans alliés ?

Non évidement. Tout comme le commandant de bord d'un avion a besoin d'une équipe qui l'entoure, vous devez impérativement vous entourer d'alliés et de mentors pour voguer vers le succès. Ce qui signifie que vous devez apprendre à transformer les *non* qui se dresseront sur votre route, en *oui*.

Transformer un étranger en allié. Toucher, demander, **séduire**, convaincre, conscientiser à votre cause, **impacter**, sont autant d'ingrédients indispensables au succès.

Ce qui signifie qu'en vous imprégnant de la matière de ce chapitre, vous allez marcher dans les traces des géants de la communication. Plus vous étudierez ce chapitre comme il se doit, plus votre pouvoir personnel montra en flèche tout au long de votre vie. Vous attirerez alors les autres comme aimant attire le fer.

Au fur et à mesure que vous dévorerez ce livre, vous réaliserez que vous maitriserez graduellement les mécanismes d'influence parmi les plus efficaces utilisés par les puissants de ce monde.

> *Mais qui dit influence, dit forcément manipulation, non ?* Me direz-vous peut-être interloqué(e) par mes propos.

A ce propos, *Jedi* de la communication, un petit avertissement…

Avant d'aller plus loin je tiens à vous prévenir amicalement. Le pouvoir que vous allez acquérir en maîtrisant ces techniques secrètes utilisées par l'homme le plus puissant du

monde (nous allons y venir bientôt), va faire de vous quelqu'un de spécial. Quelqu'un qui attirera les autres comme l'aiment attire le fer. Quelqu'un que l'on écoute et que l'on admire par son charisme et son leadership. Quelqu'un qui génère des émotions positives chez ses interlocuteurs. Quelqu'un qui désamorce les conflits. Quelqu'un qui fédère.

Ça, c'est pour le côté magie blanche de la force. Mais qu'en est-il du côté obscure de la force, *Jedi* de la communication ?

> **Comment influencer positivement sans manipuler ? Qu'est-ce qui fait la différence entre influence, charisme, leadership et manipulation ? Un seul mot sépare la magie blanche de la magie noire : votre intention.**
>
> Car, en décidant de tourner les pages de ce livre, vous ouvrez - tel un sorcier du succès - les grilles du *Poudlard de la communication hypnotique*. Il ne tient donc qu'à vous, d'utiliser cette magie en la rendant blanche ou noire. Au final, vous seul(e) pouvez décider l'usage que vous allez faire de ces techniques. Je vous invite vivement à utiliser la magie blanche pour faire le bien autour de vous. Car comme dans *Harry Potter*, le magicien qui utilise la magie noire se retrouve souvent détruit à la fin de l'histoire. Et je suis sûr que vous ne voulez pas devenir ce magicien noir, non ?

Allez-vous utiliser votre magie pour **faire le bien** autour de vous ? Allez-vous **faire grandir les autres** par votre influence et votre leadership ? Allez-vous créer une différence dans la vie des autres par vos paroles et vos prises de décisions ?

Vous répondez oui ? Dans ce cas, ce que vous allez apprendre maintenant est fait pour vous. Mais si votre intention est de vous servir de ces outils très puissants dans le but de tromper, manipuler et dominer, j'ai bien peur que ce livre ne soit pas pour vous. Manipulez, trompez, dupez les autres… et votre pouvoir vous explosera au visage. N'en doutez pas un seul instant.

Ce petit mot d'asservissement lu...

Êtes-vous donc prêts à voyager en première classe à travers les coulisses de l'hypnose conversationnelle? Ne perdons pas de temps, et immergeons nous dans les traces des géants.

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Un président américain dévoile à son insu - un secret bien gardé - qui lui a permis de conquérir la Maison Blanche

S'il y avait une personne sur cette terre qui pourrait représenter à elle seule à quel point la communication est un instrument essentiel du succès, c'est bien Barak Obama.

Barak Obama est une *succes story* à lui tout seul. Ce fils issu de l'union entre un jeune Kenyan et une jeune Américaine, montre que le succès appartient à ceux qui croient en leurs rêves. Tel est la recette du succès *Made in USA,* tel que l'on voudrait nous faire croire.

À vrai dire, derrière ce personnage charismatique adulé dans le monde entier, se cache en fait un véritable stratège de la communication hypnotique.

> Peut-être pensiez que Barak **Obama** est devenu un leader visionnaire qui inspire simplement que par la seule force son charisme ? Détrompez-vous. Et plutôt deux fois qu'une. Démonstration à l'appui.

Car celui qui a su convaincre et gagner le cœur de millions de personnes à travers le monde est avant tout, un redoutable stratège qui a utilisé de façon très brillante, des [1]techniques secrètes peu connues de communication hypnotique. Ce qui peut être considéré, par certains, comme étant la plus grande duperie dans l'histoire de la politique américaine. Lisez donc la suite, vous n'en croirez pas vos yeux.

Pour comprendre ce tour de *passe-passe planétaire*, il vous faut saisir le contexte historique de l'avènement d'Obama, dans la course à la présidence américaine de deux-mille sept.

Deux-mille sept. La vague **Obama** commença à déferler sur les Etats-Unis, inondant le pays d'un vent de fraîcheur et d'optimisme comme nullement auparavant. Jamais encore dans l'histoire de ce grand pays, le culte de la personnalité n'avait atteint pareil paroxysme. Bien plus comparé à la frénésie suscitée autour de JFK ou Martin Luther King.

Les médias admirent d'ailleurs volontiers à l'époque que des discours tels que *The Road To Denver,* sont des exemples qui montrent à quel point les gens étaient fascinés par l'aura d'Obama. Balayés par ses discours, certains décrivaient *avoir le béguin pour Obama, comme ils n'ont pas eu depuis l'école primaire.*

D'autres encore disaient *ressentir des sensations qui vont à travers leur corps tout en l'écoutant.* D'autres fans enfin, admirent qu'il leur était difficile de rester objectif*, décrivant les sensations qui montent à travers leurs jambes pendant qu'ils écoutaient ses paroles.*

---

[1] www.pennypresslv.com/Obama's_Use_of_Hidden_Hypnosis_techniques_in_His_Speeches.pdf

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Le journaliste Mark Bergin de World Magazine écrivit au sujet de Barack Obama :

« De façon typique, Obama a réveillé la foule avec de rhétoriques envolées… Avec la tête penchée, de nombreux spectateurs semblaient vitreux, envahis par une transe d'admiration pour l'homme qu'ils croient voir réinventer la politique américaine. »

Dans leur livre référence [2]*Neuro-esclaves - Techniques et psychopathologies de la manipulation politique, économique et religieuse,* les psychiatres Marco Della Luna et Paolo Cioni confirmèrent sans aucune hésitation : OUI, Barack Obama utilisa une **forme invisible d'hypnose** à des fins hautement stratégiques : la communication hypnotique invisible. Appelée encore dans le jargon, l'hypnose conversationnelle.

Selon eux, Obama ne s'est pas contenté simplement d'utiliser des **messages subliminaux** lors de ses discours, il a utilisé de façon intentionnelle, des techniques avancées d'hypnose dite *invisible,* dont le but est d'écarter le jugement rationnel des électeurs américains et en implantant dans leur cerveau profond, des commandes hypnotiques qui ont délibérément influencé leurs comportements, émotions, attitudes et choix.

Le tout sans que ses électeurs ne se rendent ne compte de rien. En quelque sorte, à l'insu de leur discernement.

Faut-il dès lors clouer au pilori de la honte, celui qui est pourtant adulé par des millions d'âmes dans ce monde ? Ou au contraire, faut-il lui reconnaître cette faculté innée de nous faire croire aveuglément en lui et en ses idées ?

Faut-il blâmer ou applaudir celui qui - au fil de sa présidence - a réussi à mettre sur pied des réformes progressistes pour le bien-être de tous, dans l'histoire américaine. L'assurance maladie obligatoire pour ne citer qu'elle. Mais encore le rapprochement avec Cuba.

Pour répondre à cette question, **tout est question d'intention**. La communication hypnotique est comme un scalpel. Le meurtrier peut utiliser cet outil chirurgical à des fins plus que délétères. C'est un fait. Mais le scalpel du chirurgien peut-être aussi un outil qui peut embellir et sauver des vies, non ? C'est donc la façon d'utiliser cet outil qui fait la différence.

Et pendant que vous lisez ces lignes, vous commencez peut-être légitimement à **prendre conscience** de la chose suivante. Et si vous aussi, vous aviez accès à cette forme cachée

[2] Neuro-esclaves - Techniques et psychopathologies de la manipulation politique, économique et religieuse, Marco Della Luna et Paolo Cioni, Macro Editions

d'hypnose invisible qui opérera de grands changements chez les autres? Et si vous pouviez apprendre dès à présent devenir le **chirurgien relationnel** qui touchera les cœurs et les consciences tout en subtilité et en discrétion ? Quels avantages définitifs pourriez-vous bénéficier dans votre vie ?

Que vous soyez vendeurs, maman au foyer, directeur d'école. Que vous désiriez encore monter votre propre affaire, décoller dans la chanson, devenir un vendeur étoile, un leader d'opinion…

Que vaudrait pour vous l'idée d'utiliser les mêmes techniques que Barack Obama utilisa pour charmer et convaincre son auditoire ?

Je vous invite donc naturellement à considérer cet outil qu'est l'hypnose conversationnelle dans l'optique de servir vos objectifs tout en créant une **différence positive** dans la vie de ceux que vous souhaitez influencer. Pensez au scalpel du chirurgien. Vous pouvez embellir la vie des autres en créant une différence dans leur vie et dans la vôtre. Comme jamais vous n'auriez pu l'imaginer. Mais encore une fois, comme pour tous les autres chapitres de ce livre ne me croyez pas sur parole.

Voyez par vous-même.

Une chose est néanmoins sûre, si vous souhaitez faire monter en flèche votre leadership, inspirez vous du géant américain qu'est Barack Obama. Et les autres adhèreront à vos idées et à votre vision. Vous *« casserez la Barack. »* Sans jeux de mots. Evidement. Votre succès relationnel passe par là. Inévitablement.

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Un discours dans le discours

[3]*« Seize mois se sont écoulés (pause)... Depuis que nous avons été ensemble sur la marche de l'Old State Capitol (pause)… à Springfied, Illinois (pause).... Des milliers de kilomètres ont été parcourus (pause ... Des millions de voix ont été entendues (pause) .... Et parce que vous avez décidé que le changement doit venir de Washington (pause) ... Parce que vous (pause) ..**CROYEZ**... (Pause)... Que cette année peut-être différente de tout le reste (pause)... Parce que vous avez (pause)... **CHOISI** (pause) .. De ne plus (pause)... **ECOUTEZ**...vos doutes ou vos craintes (pause)... Mais de (pause) ....**CROIRE**... vos plus grands espoirs (pause) ...*

*... Et vos aspirations les plus élevées (pause)... Ce soir nous marquons la fin (pause)... D'un voyage historique (pause) ... Et les débuts d'un autre voyage (pause)... Qui apportera un jour nouveau et meilleur pour l'Amérique (pause)... Parce que grâce à vous ce soir (pause)... Je peux me tenir ici en face de vous (pause)... Et dire que **JE SERAI** (pause) ... Le nominé démocrate (pause) ... Pour être… **PRESIDENT DES ETATS UNIS** d'Amérique. »*

Tels furent les mots prononcés par Barack Obama dans le cadre du discours électoral, lors de l'élection primaire finale en date du six mars deux-mille huit, dans la ville de Saint Paul.

Comment la majorité des spectateurs décortiqueraient-ils ce discours ?

A première vue, et de façon toute innocente, il s'agit d'un discours emprunt de patriotisme, qui pousse le lecteur à croire que l'avenir s'annonce plus rose pour les Etats Unis. Nous pourrions presque verser une larme tant le discours est dithyrambique.

Voyons voir maintenant, comment l'expert en communication hypnotique invisible quant à lui, décortique ce discours. Que voit-il sous le seuil du radar que la grande majorité des gens ne captent pas ?

Si je reprends <u>les mots majuscules et en gras,</u> que peut-on lire entre les lignes ?

CROYEZ.. .CHOISI... ECOUTEZ.... CROYEZ... JE SERAI.... PRESIDENT DES ETATS UNIS

En tenant compte de la traduction littérale anglo-française, voici comment cela sonnerait :

---

[3] http://www.pennypresslv.com/Obama's_Use_of_Hidden_Hypnosis_techniques_in_His_Speeches.pdf, page 36

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

CROYEZ... CHOISISSEZ D'ECOUTER... CROYEZ... JE SERAI... PRESIDENT DES ETATS UNIS.

Plutôt déconcertant, n'est-il pas ? En y regardant de plus près lors de son discours, on peut remarquer que Barak Obama procédait à une légère pause avant la prononciation de chaque mot faisant partie de sa **commande hypnotique cachée.** De plus, il s'employait habilement à changer légèrement sa tonalité lorsqu'il prononçait chacun de ses mots stratégiques. Enfin il associait à chaque mot secret, un geste précis : le fameux *O,* que formait Obama, à l'aide de son pouce et de son index.

Le naïf électeur américain lambda ne s'apercevait pas que ce banal discours - en apparence - dissimulait en fait, un **message caché** qui se plantait dans son esprit. Un peu comme une graine invisible qui se plante discrètement dans le sol et finit par germer.

Bien évidemment, Barack Obama ne s'est pas contenté d'utiliser cette technique à l'insu de tous, qu'une seule fois. Non. De façon systématique, il répéta soigneusement lors de ses discours, cette technique secrète.

Ces gestes cachés, bien plus que de simples gestes innocents sont appelé dans le jargon, une **commande hypnotique** - qu'Obama associait à des mots très spécifiques, comme *croire* ou encore *choisir*. Réalisée de façon répétée, cette technique hypnotique invisible fit germer graduellement dans le **cerveau inconscient** (cerveau limbique et cerveau reptilien) des électeurs potentiels, l'idée de croire en Obama. Et donc de choisir de voter pour lui.

[4]Le Dr Horton, qui a travaillé dans le domaine de l'hypnose et la PNL depuis 25 ans, a d'ailleurs affirmé publiquement sur les ondes de la radio américaine 160 que *« …Obama utilise des techniques d'hypnose qui visent le contrôle de l'esprit. La capacité d'Obama à projeter les espoirs et les rêve des gens sur sa personne, et son utilisation de l'hypnose comme le véhicule pour obtenir tout ce qu'il veut… Envoie des messages à notre subconscient dont nous ne sommes mêmes pas conscients. »*

Déconcertant, vous ne trouvez pas ? Poursuivons.

[4] Advanced Mind Control Secrets: Coversational Hypnosis & NLP Learn the secrets of cult leaders and master manipulators, Dr William Horton

Chapitre 1 : Fondation de la communication hypnotique : connectez-vous aux autres et créer une connexion émotionnelle forte et impactante

Les gens apprécient ceux qui leur ressemblent. C'est un fait. Entre nous, qui appréciez-vous le plus ? Votre vieil ami avec qui vous partagez le goût du football et les mêmes films d'action, ou bien le fils et la voisine qui déteste le football et préfère la danse classique?

Poser la question, c'est déjà y répondre. L'être humain a ceci de particulier, c'est qu'il aime et apprécie les personnes qui ont les mêmes **opinions**, visions et **valeurs** que les siennes. Vous vous sentez donc plus à l'aise avec les gens qui proviennent du même milieu que le vôtre. Ou encore avec les personnes qui ont la même origine que vous, la même culture. Voire même, les mêmes caractéristiques physiques.

Regardez la nature. C'est un exemple flagrant de ce principe. Les lions chassent et vivent ensemble. Les oiseaux migrent ensemble. Plus proche de nous, observez le comportement des supporters de football. Un supporter d'un club a tendance à apprécier d'autant plus celui qui supporte la même équipe que lui, qu'un étranger qui supporte l'équipe adverse, non ?

Donc, si vous voulez vraiment vous faire apprécier des autres, il est indispensable d'établir une **connexion forte avec** eux. C'est ce que vous allez apprendre maintenant avec ces exercices simples à appliquer. Apprenez dès à présent à trouver des **points communs** entre vous et les personnes que vous souhaitez impacter. Que ce soit dans votre milieu professionnel, privé, familiales ou associatif.

En trouvant volontairement les **similitudes** entre elles et vous, vous commencez à établir un lien puissant. Ce lien commun que vous allez apprendre à cultiver avec les autres vous permettra de créer un terreau fertile riche de valeurs communes, d'affinités et de **centre d'intérêt** commun.

Quand je parle d'infinité, j'entends par là, toutes habitudes de vie, culturelle, tout loisir commun qui vous permet de créer et de développer une forte **connexion** entre vous et les personnes que vous souhaitez faire adhérer à vos principes et à vos idées. Toute communication efficace commence par là. Elle est à l'hypnose conversationnelle, ce que les fondations sont à une maison.

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Entrez dans la carte du monde votre interlocuteur

Si vous aviez la faculté de pouvoir **entrer dans l'esprit** et le corps de votre interlocuteur, comment penseriez-vous ? Quels seraient vos convictions, vos croyances, vos valeurs et vos peurs ? En d'autres termes, comment verriez-vous le monde si vous le verriez avec le regard de votre interlocuteur ?

En vous mettant à penser de cette manière, vous progressez rapidement dans l'art de vous **mettre au diapason** de votre interlocuteur : c'est ce que l'on appelle en PNL, s'identifier à la carte du monde de l'autre. De comprendre son état d'esprit. Faites cela, et vous deviendrez le son **miroir**. Il adorera être à vos côtés, et il se sentira en confiance.

La clé de toute communication efficace est de préalablement établir un **rapport**. Ce faisant, vous possèderez la capacité d'instaurer un lien de **confiance** fort entre vos interlocuteurs et vous. Même si ceux-ci sont de parfaits étrangers que vous n'avez jamais rencontrés avant.

Montrez sincèrement aux autres qu'elles ou ils ont de l'importance à vos yeux. Montrez leur les valeurs et les similitudes que vous partagez avec eux. Peu à peu, vous commencez alors à construire un **lien fort et inconscient** avec les personnes autour de vous. Car l'être humain a tendance à être attiré par ceux qui leur ressemblent et qui les comprennent. À partir d'aujourd'hui, apprenez donc à trouver le lien commun qui vous lie à votre réseau social.

Apprenez l'art de la synchronisation

Avez-vous déjà observé de personnes amoureuses dans un bar ou sur un banc public ? Si c'est le cas, vous avez déjà peut-être dû remarquer une chose étonnante, s'il en est. Laquelle ? Les amoureux ont l'air de **se mettre au diapason** l'un de l'autre. Ils adoptent les mêmes postures, des tonalités de voie similaire, ainsi que les mêmes gestes. Ils peuvent même faire cela pendant des heures.

L'art de se **synchroniser** aux autres est un exercice d'hypnose conversationnelle à maîtriser afin de construire un rapport très facilement avec vos interlocuteurs. Le principe est relativement simple. Apprenez à vous mettre au diapason de l'autre lorsque vous communiquez avec lui. Adoptez discrètement ses postures, sa tonalité de voix, sa respiration, voire la même expression du visage que lui.

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Maintenant je n'ai pas dit que vous devez singer votre interlocuteur. L'objectif n'est pas du tout cela. L'objectif est plutôt de devenir discrètement le **miroir** de ses gestes, sa tonalité et son langage corporel. Son cerveau inconscient va alors se connecter à vous en se disant « Il a l'air de me ressembler celui-là, je lui fais confiance. »

Mettez-vous au **diapason** de votre interlocuteur, en observant tout particulièrement :
– Sa posture : votre interlocuteur se tient-il plutôt en avant, droit comme un i, est-il tonique ou avachi ?
– Sa respiration : est-elle plutôt profonde, saccadée ou régulière ?
– Son identité vocale : a-t-il une voix rauque ou plutôt aiguë ? Sa voix est-elle plutôt portante ou plutôt faible ?
– Expression du visage : a-t-il tendance à être plutôt placide, ou très expressif ? Y a-t-il des particularités dans son sourire ?
– Ses mouvements : a-t-il tendance à croiser les bras ? A-t-il tendance à se toucher le visage ? Croise-il ses jambes ?

Dans les prochains jours, je vous invite à devenir un **observateur** privilégié des personnes qui vous entourent. Observez-les discrètement. Au bout d'un certain temps, vous maîtriserez l'art subtil de la synchronisation. Lorsque vous vous sentirez prêt(e), vous pourrez peu à peu commencer à vous **synchroniser** à vos interlocuteurs. Si cette stratégie est bien réalisée, vous remarquerez au bout d'un certain temps que la personne en face de vous imitera à son tour vos gestes, et vos expressions corporelles. De façon automatique et inconsciente.

Si c'est le cas, réjouissez-vous ! Cette personne vous apprécie, ce qui signifie que vous aurez d'autant plus de facilité à harmoniser votre façon de penser avec la sienne. C'est le début réussi de la communication efficace. Car l'autre se sentira à l'aise et en **confiance** en votre compagnie.

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Connectez-vous sur le bon canal sensoriel de votre interlocuteur

L'être humain se connecte au monde autour de lui grâce à ses cinq sens. La vue, l'ouïe, le toucher, l'odorat, le goût sont autant d'outils qui nous permettent de donner un sens aux expériences que nous faisons.

En effet, comment savez-vous reconnaître qu'un chat… soit un chat ? Parce que vos yeux envoient un signal à votre cerveau et celui-ci compare cette nouvelle image avec sa base de données existante. Il en va ainsi avec tous les stimuli sensoriels auxquels nous sommes confrontés jour et nuit..

Néanmoins nous possédons tous un canal sensoriel dominant par rapport aux autres. Qu'est-ce que cela veut dire ? Tout simplement, chaque être humain utilise de façon prioritaire, un sens par rapport aux autres.

Certaines personnes sont notamment plus sensibles aux mots à connotation visuelle. D'autres encore sont plus sensibles lorsque vous leur parlez avec des mots à connotation **auditive**.

D'autres enfin, sont plus sensibles à vos dires, lorsque vous leur parlez avec des mots à connotation **kinesthésique**. La langue française regorge ainsi donc d'expressions qui privilégient un sens plutôt qu'un autre.

« J'ai l'impression de me sentir écrasé par le poids des responsabilités », est une expression à connotation kinesthésique.

« Je vois bien ce que tu essayes de me dire. Je perçois d'ailleurs une éclaircie dans le ciel sombre de ma vie », est une expression à connotation visuelle.

« Je suis au diapason avec ce qu'elle me dit, je suis en harmonie avec elle », est une expression quant à elle à connotation auditive.

À vrai dire, il existe une kyrielle d'expressions, mots, d'adjectifs et des verbes de la langue française qui utilisent des systèmes sensoriels préférentiels. En apprenant dès aujourd'hui à reconnaître le **canal sensoriel de prédilection** de votre interlocuteur, vous pouvez véritablement se connecter à lui de façon hypnotique. Voyons voir quels sont les systèmes sensoriels de prédilection de l'être humain. Voici les trois principaux :

- Auditif

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

- Visuel
- Kinesthésique (sensation, émotion et toucher)

Ainsi, les personnes à tendance **visuelle** utilisent des mots, verbes et expressions de la langue française à connotation visuelle. Elles ont tendance également à parler assez vite et à respirer de façon saccadée. Vous pouvez d'ailleurs remarquer en les écoutants qu'elles utilisent souvent des mots tels que voir, regarder, imaginer, horizon, perspective, couleur, vue, etc.

Les personnes à tendance **auditive**, quant à elles, utilisent des mots, verbes et expressions de la langue française à connotation auditive telle que écouter, se mettre au diapason, sur la même longueur d'onde, entendre, dire, etc. Leur débit de parole est plus modéré, et leur respiration plus profonde.

Enfin, les personnes à tendance **kinesthésique** utilisent des mots, verbes et expression de la langue française à connotation kinesthésique, telles que contact, frissons, texture, mouvement, sensation, émotion, chaleur, etc. Leur débit de parole est plutôt lent et monocorde, leur respiration est plutôt lente et ventrale.

L'exercice qui suit est simple : si vous désirez vous connecter à une personne visuelle, exercez-vous à utiliser dès aujourd'hui des mots, expressions, adverse et verbes à connotation visuelle. En faisant cela, vous vous connectez directement à son canal sensoriel de prédilection. C'est la clé qui ouvre le coffre de la communication.

Faites-en de même avec les personnes auditives et kinesthésiques. Connectez-vous sur la bonne fréquence, et vous établirez alors un profond lien hypnotique. Parlez le même langage qu'elles, et elles s'ouvriront à vous comme jamais.

Voici une autre astuce afin de découvrir le canal sensoriel de prédilection de votre interlocuteur

Lors d'une simple discussion avec un interlocuteur dont vous souhaitez connaître le canal sensoriel de prédilection, posez-lui donc une simple question innocente de ce type :
« Quel est le critère de décision décisif qui t'a poussé à acheter ta dernière voiture ? Est-ce quelque chose que tu as vu, quelque chose que tu as ressenti ? Ou peut-être encore quelque chose que tu t'es dit, ou que le vendeur t'aurais confié ? »

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Votre interlocuteur vous répond-t-il *« Eh bien, lorsque j'ai vu sa ligne superbe, je me suis très vite imaginé à son volant, tout en roulant à belle allure vers l'horizon lointain, et ce, des heures durant. »* Vous pouvez alors facilement imaginer que votre interlocuteur soit une personne de type **visuel**.

Si votre interlocuteur vous avait plutôt dit *« Moi, ce qui m'a plu, c'est ce que j'ai ressenti par rapport au confort de ces sièges. La texture du cuir m'a donné tout de suite une impression de qualité. En touchant le volant, j'ai tout de suite senti que c'était du solide… »*
Vous pouvez dans ce cas précis, imaginer alors que votre interlocuteur soit une personne de type **kinesthésique**. Vous comprenez le principe ? Adoptez-le dès aujourd'hui en vous exerçant dans vos interactions avec les autres.

Devenez un Sherlock Olmes du langage du corps

En hypnose conversationnelle, on présuppose que le **corps** influence **l'esprit**. La façon dont nous nous tenons, notre langage corporel, ainsi que nos micro-expressions du visage sont des indices précieux qui montre aux autres l'état d'esprit qui nous anime. Il est donc important d'avoir une posture dynamique et ouverte pour ainsi donner aux autres, l'impression que vous êtes une personne confiante.

Elles ont alors tendance à être attirées vers vous. Votre posture et votre gestuelle jouent un rôle important dans la façon dont les autres vous perçoivent. Barak Obama, pour ne citer que lui, l'a bien compris. Il maîtrise à la perfection le **langage du corps** à son avantage.

L'hypnose conversationnelle insiste sur le fait que votre **langage non verbal**, ou corporel, est l'élément principal qui influence la façon dont les autres vous perçoivent lorsque vous communiquez avec eux. Pour mieux comprendre ce qu'est le langage non verbal, pratiquez l'exercice d'observation suivant sur les personnes de votre entourage, lorsque vous discutez avec elles.

Comment se tiennent-elles ? Ont-elles les bras croisés, ou non ? Vous regardent-elles dans les yeux, ou ont-elles plutôt tendance à baisser le regard ?
Voici quelques astuces pour vous aider à analyser le langage non verbal de votre interlocuteur. Cela vous donnera une idée concrète du sentiment qui habite la personne avec qui vous parlez. Par exemple, si elle est intéressée par ce que vous dites. Ou au contraire, si elle s'ennuie.

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Dès que vous maitriserez l'analyse du **langage non verbal** de votre interlocuteur, cela vous donnera également l'occasion de travailler le vôtre ! Car ne l'oubliez pas, votre langage non verbal aussi influence la façon dont les autres se sentent à vos côtés.

Voici d'ailleurs ce qu'il est intéressant d'observer : le **regard** d'une personne en dit long sur l'intérêt qu'elle porte à vos paroles. Lorsque vous parlez avec quelqu'un, efforcez-vous de regarder la personne le plus souvent possible dans les yeux. Car cela signifie inconsciemment pour elle, que vous êtes totalement à son écoute. Et que vous êtes intéressé(e) par ce qu'elle vous raconte.

Bien entendu, lorsque vous regardez cette personne, veillez avant tout à ce que votre regard soit amical. Accompagnez peut-être même ce regard d'un sourire. Évitez aussi de trop cligner des yeux, lorsque vous regardez quelqu'un pendant que vous lui parlez. Car un clignement trop fréquent traduit le plus souvent, une grande nervosité.

Dès lors, lorsque vous parlez avec quelqu'un et que cette personne vous évite du regard, c'est qu'elle est soit timide, soit qu'elle vous ment ! Dans le premier cas – et pour éviter de mettre cette personne mal à l'aise – regardez-là, puis détournez votre regard quelques secondes. Ainsi, elle ne pourra se sentir trop observée.

Exercez-vous à observez les micro-expressions du visage

L'exercice suivant va vous aider à en savoir plus sur votre interlocuteur. Observez donc le contraste entre les mots qu'une personne utilise en vous parlant, et ses micro-expressions faciales. Lorsque vous parlez avec quelqu'un, observez les expressions de son visage. Imaginez par exemple que vous demandiez à votre collègue comment se porte sa compagne.

S'il vous di*t « oh, Marie va bien, d'ailleurs, nous partons bientôt en weekend à Paris, je m'en réjouis ! »*
Observez les **micro-expressions** de son visage. Si le mouvement de ses sourcils, de sa bouche et des ses yeux concorde bien avec l'émotion de ses dires, c'est qu'il est sincère. Inversement, si son expression faciale vous dit exactement le contraire, c'est qu'il n'est pas sincère. Il y a peut-être des tensions dans son couple, des choses qu'il préfère ne pas vous dire.

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Le langage du corps dit toujours la vérité. Contrairement au langage verbal. Maintenant, ce qui est vrai pour les autres… l'est forcément aussi pour vous. Prenez toujours conscience que les autres peuvent également vous voir par le langage que votre corps utilise, lorsque vous parlez.

Lorsque vous parlez avec quelqu'un, prenez bien conscience de la position de vos mains et de vos bras. Mais aussi de vos pieds et de votre buste. Parler à quelqu'un les **bras croisés**, signifie que vous êtes fermés et en mode je me protège. Pareil pour vos pieds.
Par contre, si vos bras pendent le long de votre corps, ou que vos mains sont posées sur vos hanches, cela signifie que vous êtes en confiance.

La position de votre **buste** indique votre assurance en vous-même, et votre ouverture à votre interlocuteur. Si vous avez tendance à placer votre corps de côté (pas parfaitement parallèle à votre interlocuteur), celui-ci pourrait percevoir, et ce de manière inconsciente, que vous n'êtes pas totalement confiant. Ou pire, que vous vous méfiez de lui.

D'où l'importance de bien prendre conscience de votre **position**, lorsque vous parlez à quelqu'un. Voici quelques clés supplémentaires qui vous donnent une idée précise de l'état émotionnel de votre interlocuteur.
Il vous montre de l'intérêt lorsque :

- Il hoche la tête, il est d'accord avec vous. Cela signifie qu'il est attentif à ce que vous dites.
- Il maintient un contact visuel avec vous, au moins pendant les deux tiers du temps de votre discussion.
- Sa tête est inclinée vers le côté, comme pour vous dire, je te tends l'oreille.
- Il à tendance à vous sourire régulièrement (signe d'ouverture).
- Ses pieds sont dirigés en votre direction.
  Vous avez affaire à une personne parfaitement sûre d'elle, lorsque:
- Elle maintient un contact visuel ferme avec vous.
- Elle parle à un rythme lent, fractionné, avec une intonation de voix descendante.
- Son menton a plutôt tendance à être incliné vers le haut.
- Son buste est ouvert vers l'extérieur, comme pour vous dire, je n'ai pas besoin de me mettre en position de défense. À l'inverse, une personne peu sûre d'elle, aura tendance à se recroqueviller sur elle-même, et occuper le moins d'espace possible.
- À chaque fois qu'elle se déplace, elle le fait avec précision et sans aucune hésitation (elle occupe bien son espace personnel).
- La posture de son corps est bien droite.

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

- Ses mains sont placées sur ses hanches (ce qui s'associe parfaitement au désir de vouloir exposer son buste).
- Elle a une poignée de main plutôt ferme.

Cette personne semble peu intéressée par ce que vous lui dites – voire résistante à vos propos, lorsque :

- Ses pieds ou ses jambes sont pointés dans une direction qui n'est pas celle où vous vous trouvez.
- Ses mains sont placées derrière sa tête (c'est souvent le cas chez les adolescents).
- Elle montre des signes d'inattention, en regardant souvent un espace vide autour de vous.
- Elle à tendance à tapoter des doigts (sur une table), ou à taper des pieds.
- Elle cligne assez souvent des yeux.
- Ses bras sont croisés (cette personne montre des signes de méfiance).
- Ses poings sont serrés.

Vous l'aurez remarqué, devenir un communicateur efficace commence avant tout par construire un **rapport** avec votre interlocuteur. Construisez des **liens** avec lui. C'est la base de toute communication efficace par l'hypnose conversationnelle. Et après, me direz-vous, cela ne suffit pas pour séduire et convaincre. Comment utiliser le langage pour séduire et contourner les freins et les objections ? Comment devenir plus influent ? Que diriez-vous maintenant de développer votre capacité de persuasion, grâce au **langage** ?

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Chapitre 2 : Les 8 ingrédients de la communication hypnotique que vous devez absolument connaître pour devenir pas-à-pas un expert en hypnose conversationnelle

Vous avez maintenant un aperçu global de ce qu'est la communication hypnotique invisible et de son pouvoir. Ne perdons pas de temps, et découvrons ensemble les différents **ingrédients** de la recette. Ces ingrédients seront les différentes compétences que vous allez acquérir en suivant pas à pas ce chapitre.

Quels sont ces ingrédients ?

- Le langage hypnotique

- Les besoins génétiquement programmés de l'être humain

- La suggestion hypnotique

-Le cold reading

- Le travail sur la voix

- Le travail sur les résistances

- Les phénomènes hypnotiques : distorsion du temps, rapport avec le temps, amnésie, hypermnésie, dissociation

- L'ancrage

- Le travail sur les symboles hypnotiques

- Les métaphores et histoires hypnotique

Tout un (vaste) programme. Voyons ensemble le premier ingrédient hypnotique: le langage hypnotique.

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Ingrédient 1 : le langage hypnotique, et comment rendre vos paroles séduisantes aux yeux des autres, et leur donner envie de vous suivre

Vous le savez maintenant. **L'inconscient** de votre interlocuteur est assurément la partie de son mental que vous devez absolument apprendre à influencer. L'esprit inconscient est comme un enfant de cinq ans qui gouverne les désirs, envies et besoins de votre interlocuteur. Oui, cinq ans vous avez bien lu. Plutôt surprenant, n'est-ce pas ?

Avez-vous déjà tenté de communiqué avec un enfant de cinq ans ? Comme tel est probablement le cas, que pouvez-vous constater ?

L'enfant de cinq ans aime ...

... lorsqu'on lui parle un langage imagé.

... le jeu et est de nature très curieuse

... les superlatifs en tous genres

...la répétition des mots

... penser de façon créative et intuitive, et associe quasi sans idées et concepts.

Tenez par exemple, pensez-vous qu'un enfant de cinq ans serait réceptif à votre discours si vous lui disiez *« Qu'il faut absolument que tu fasses ton vaccin chez le pédiatre car tu encours des risques de développer une bactérie pathogène résistante à tes défenses immunitaires. Maintenant, si tu suis mes conseils, je te promets une récompense qui te donnera un niveau certain de satisfaction cognitif... »*

N'est-il pas raisonnable qu'utiliser ce genre de langage à un enfant de cinq ans, est aussi futé que de parler en français à un chinois ? Maintenant qu'en est-il si vous teniez le même discours à cet enfant, mais avec cette forme de langage.

« Je vais t'emmener chez ce trèès gentil monsieur...Tu sais ce trèès gentil messieur... Et tu sais ce que ce trèès gentil monsieur va te donner... Il va te donner un bonbon tout rose... oui tout rose... ce bonbon tout rose va enlever les méchantes petites bébêtes dans ton ventre.. .comme ça tu sera aussi foort que ton héros préféré... Tu sais celui avec la belle cape rouge... et puis... et... puis... On ira pour te faire plaisir... pour te faire plaisir... Acheter un éééénoorme gâteau au chocolat... Celui avec les déélicieuses pépites de chocolat.. .Humm… Je m'en lèche déjà les babines... allez... on va voir le monsieur ? »

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

La différence est plutôt contrastée. Comme vous vous en doutez, l'enfant sera bien plus réceptif à ce type de langage s'adaptant parfaitement à son très jeune esprit.

Les mots sont très puissants. Bien qu'il y ait beaucoup de mots qui veulent dire la même chose, certains possèdent un impact beaucoup plus puissant que d'autres. Voici un exemple. Dire aux gens qu'ils sont *minces et sexy,* peut renforcer leur image de soi, mais leur dire qu'ils sont *maigres,* pourrait atteindre leur égo. Ces mots peuvent avoir un sens similaire, mais les sentiments qu'ils évoquent chez une autre personne sont très différents.

Entrez dans leur carte du monde

Vous l'avez vu par vous-même dans l'exemple - qui est un brin caricatural, je l'avoue - que je vous ai montré ci dessus avec l'enfant de cinq ans. Je me suis volontairement adapté à son monde. En colorisant et en imageant mes mots. En répétant de façon systématique, et en *chantant* certaines parties de phrases. Tout en construisant des **ponts linguistiques** entre mes parties de phrases.

Et bien vous allez apprendre à vous adapter à l'esprit inconscient de votre interlocuteur. C'est le principe du **langage hypnotique**.

Prenez conscience que les la nature des mots joue un grand rôle dans le déclenchement d'une certaine émotion, mais tout aussi important, est est la manière de les dire. C'est pourquoi il est important d'être conscient non seulement de ce que vous dites à vos interlocuteurs, mais comment vous le dites.

Les mots qui font appel aux émotions

L'être humain est ainsi fait. Il ne peut pas s'empêcher de ressentir des **émotions**. Si vous souhaitez obtenir secrètement un OUI de votre interlocuteur, c'est une façon très efficace d'y parvenir. Il existe certains mots qui font appel aux émotions et qui permettent d'obtenir l'attention d'autrui, bien plus que tous les autres mots. Ces mots puissants sont notamment utilisés principalement par le marketing et les vendeurs, pour obtenir de meilleures réponses de la part de leur client.

Certains mots peuvent évoquer une certaine émotion ou un accès à certains souvenirs chez une personne en particulier. Ce qui signifie que deux personnes différentes pourraient ne pas répondre de la même manière à un mot spécifique, selon la façon dont ce mot a façonné leur expérience passée ou a été construit au cœur de leur système de **croyances psychologiques.**

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Comment utiliser des mots hypnotiques afin de capter l'imagination d'autrui

Dans cette partie, vous allez apprendre à utiliser des combinaisons spéciales de mots hypnotiques qui produiront de plus en plus de *OUI* chez autrui, avec moins d'effort.

Notre langue française contient beaucoup de mots chargés d'émotion, mais *certains mots-images* déclenchent clairement des réactions émotionnelles plus fortes que d'autres. Les mots qui déclenchent nos émotions sont connus comme mots hypnotiques.
Lorsque ces mots sont entendus, ils **déclenchent** automatiquement des **réactions** profondes et émotionnelles, chez celle ou celui qui les entend.

Vous en voulez la preuve ? Lisez donc ces deux phrases suivantes. L'exemple est volontairement tiré par les cheveux, vous en conviendrez.

« Le feu a pris dans cette habitation et à provoqué le décès d'un enfant de 2 ans. Le voisinage, bien qu'essayant de réconforter la famille sinistrée n'a rien pu faire pour empêcher le drame. »

Maintenant, lisez cette nouvelle version :

« Le feu a pris dans ce paisible foyer et le bébé a horriblement périt carbonisé par la suffocante chaleur des flammes. Cela a provoqué l'émoi du voisinage qui impuissant se dit terriblement choqué par l'effroyable drame qui frappe cette famille de plein fouet. »

Laquelle des deux versions a - selon vous - fait le plus écho à votre imagination, au point de construire facilement dans votre esprit, cette scène de désolation ? Vous répondez évidemment la deuxième version. Gagné. Pourquoi ? Car ces *mots-images,* font ressortir en nous nombre de sentiments inconscients, ce qui peut être très efficace pour augmenter votre force d'influence.

Pensez à votre propre réaction au mot *bébé* par opposition à des mots tels que *enfant*, ou *descendant*. Ils peuvent tous se référer à la même petite personne, mais qui possède la plus grande charge émotionnelle?

Les **mots-images** peuvent avoir un effet dramatique sur l'état émotionnel d'autrui. Car nous sommes programmés pour que nos sentiments et nos émotions soient ancrées à ces mots. Chaque *mot-image* devenant alors un déclencheur automatique lorsqu'il est entendu.

Vous en voulez une autre preuve ?

Imaginez plutôt : pendant que vous lisez ces mots, vous pouvez peut-être commencer à laisser dériver lentement votre esprit au gré des lettres qui défilent sous vos yeux. Et je me demande si vous pouvez ressentir la sensation que serait la vôtre si vous vous imaginiez marcher sur le sable chaud de cette magnifique plage de sable fin. Et pendant que vous continuez à lire ces mots, peut-être reprenez-vous maintenant contact avec la sensation agréable de chaleur du soleil qui berce votre peau dorée

Et peut-être même, entendez-vous le sifflement exaltant de la tiède brise maritime qui caresse avec une délicate douceur vos cheveux aux vents. Mais surtout n'imaginez pas trop vite le bleu azur de la mer qui s'étend à perte de vue devant vous. Surtout ne vous laissez pas bercer trop vite par le bruit hypnotique des vagues d'un bleu azur.

Voyez-vous maintenant ce que l'on appelle un *mot-image* ?

Pensez aux journaux people ou à sensation. Observez attentivement leur accroche de couverture lorsque vous passez devant un kiosque. Observez-vous à quel point la nature des mots utilisés, capte infailliblement votre **attention** et suscite chez vous instantanément une réaction clairement voulue? Cela fonctionne. Et plutôt bien même, à en juger leurs volumes de ventes.

[5]Nous allons voir un peu plus loin, comment l'utilisation de mots et structures de phrase hautement stratégiques, vont automatiquement orienter les **émotions**, perceptions et **pensées** de vos interlocuteurs.

[5] http://www.hypnoses.com/content/uploads/2014/07/THESE-CLAUDE-VIROT.pdf

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Les déclarations vagues, ou comment déclencher la curiosité et l'intérêt d'autrui

Le communicateur rompu à la communication hypnotique invisible utilise souvent des **déclarations vagues,** pour susciter l'intérêt et la curiosité de son interlocuteur en cours de présentation. Qu'est-ce donc une déclaration vague et en quoi va t-elle piquer définitivement la **curiosité** de la personne qui vous écoute? Lisez ce qui suit.

« Après avoir lu ce qui suit, cette femme ne savait pas que sa vie allait se transformer pour toujours. »

Prendrais-je le risque d'affirmer que ce genre de phrase vague suscite la curiosité du lecteur en poussant son imagination à remplir le vide laissé par l'ambiguïté de cette déclaration ? En effet, que se cache t-il derrière *ce qui suit* ? Une chose ? Une découverte ? Un secret ? De plus, qui est cette femme ? Et en quoi sa vie va-t-elle se transformer ?

Les déclarations vagues, indiquent une action, mais ils n'indiquent volontairement pas le genre ou type d'action. Elles sont manifestement ambigües. Et, par conséquent, elles donnent à l'être humain la liberté d'utiliser leur **imagination** afin de remplir par eux-mêmes le *vide* laissé par l'ambigüité de votre déclaration vague. Ce qui est un excellent moyen de titiller la curiosité et l'intérêt de votre interlocuteur

Lisez cet autre exemple. Imaginez que vous recherchiez un programme en ligne de développement de la confiance en soi. Vous tombez, en cherchant sur le net, sur l'annonce publicitaire Google suivante :

« Découvrez pourquoi cette nouvelle méthode révolutionnaire va transformer votre vie et comment vous pouvez l'utiliser pour transformer votre personnalité, votre carrière et vos finances. »

Votre **curiosité** ne serait-elle pas franchement titillée par cette suite de déclarations vagues mais ô combien intrigantes ? En effet, quelles est donc cette nouvelle méthode ? En quoi est-elle révolutionnaire ? De quelle façon vais-je pouvoir l'utiliser ?

L'utilisation des déclarations vagues possède un réel **pouvoir hypnotique** qui capte puissamment l'attention, et suscite immédiatement l'intérêt du l'être humain, lorsque elles sont bien utilisées. Tel un romancier, devenez un expert dans l'art de titiller la curiosité et l'attention dans vos communications.

Si je vous dis ceci….

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Tandis que vous lisez ce chapitre...et alors que vous êtes assis sur votre chaise... vous êtes ici par ce que vous souhaitez en savoir plus sur l'hypnose conversationnelle... Une partie de vous réalise sans doute en accord avec vous-même, les connaissances utiles au changement dans votre capacité à... ***maîtrisez l'hypnose conversationnelle****... Voilà pourquoi, à un certain niveau, vous laissez émerger naturellement les ressources propre à cet objectif à tous les niveaux...Ce qui signifie que vous n'avez pas à...* ***maîtrisez l'hypnose conversationnelle****... jusqu'à ce que vous preniez conscience de son utilité au quotidien... Et c'est vrai... On peut ou pas...* ***maîtrisez l'hypnose conversationnelle****...mais avant de commencer à l'appliquer, il serait bon d'en maîtriser son langage, non ?*

Cela ne capte t-il pas votre **attention** ? Très certainement. Pourquoi ? Car l'ambigüité de ce message vous force à devenir **introspectif**, sature votre facteur critique et vous rend donc **suggestible**. Avez-vous remarqué qu'au détour de texte flou et introspectif, se cache des commandes hypnotiques imbriquées (que nous verrons un peu plus tard) ?

<u>Autre exemple de déclaration vague.</u>

« Les personnes qui vivent moins stressées que les autres partagent un secret commun que les autres ne connaissent pas. Et je vais vous dévoiler dans un instant cette découverte majeure pour celles et ceux qui désirent vivre sereinement. Mais avant cela, permettez-moi de vous faire partager cette histoire.

L'homme était tout le temps stressé. Il détestait de plus en plus son travail stressant. Il détestait dépenser tout cet argent inutilement pour des remèdes qui ne fonctionnaient jamais contre son stress. Mais, maintenant qu'il détient ce secret étonnant, il jouit à nouveau d'une sérénité bluffante. En fait, il est même heureux à chaque fois que les autres lui demandent comment il fait pour rester zen face à tout ce stress au travail. Cela signifie aujourd'hui qu'il profite plus de la vie. Aimeriez-vous aussi être heureux à chaque fois que les autres vous demandent comment vous faites pour rester aussi zen qu'un moine bouddhiste face au stress de la vie ? »

Avez-vous remarqué comme j'ai utilisé une multitude de déclarations vagues tout au long de ces exemples afin de titiller votre **curiosité**, fatiguer votre **facteur critique**, tout en stimulant votre imagination à mon avantage ? Combien de *déclarations vagues* pouvez-vous trouver dans ces exemples ?

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Les thèmes linguistiques *de transe* : placez votre interlocuteur en mode hypnotique

Certains mots stratégiques ont un impact particulier pour induire un état d'attention, de détente voire de passivité chez votre interlocuteur. Tous propices à [6]placer son esprit dans un mode réceptif et ouvert à vos idées ou suggestions.

Quels sont ces **thèmes de transe hypnotique** propre à l'hypnose que nous pourrions utiliser dans toute communication: *détente*, *fascination*, *calme*, *confort*, *curiosité*, *concentration*, *sensation*, *exaltation*, *imagination*,

Ceux-ci comprennent des mots tels que *merveilleux, étonnant, énigmatique, fasciné, sensationnel, curieux, surprenant, détendu confortable, exaltant, imaginez, souvenez-vous , calme, tranquille* et *enchanté.*

Lorsque ces mots de transe sont prononcés dans une voix plus profonde, plus résonnante, ils acquièrent un pouvoir impactant supplémentaire sur votre interlocuteur.

Quelques exemples:

*- Lorsque vous visiterez la ville de Paris, vous serez **surpris** et **enchantés** de sa vie nocturne et de son incroyable énergie.*

*- Vous pouvez vous **sentir de plus en plus étonnés** de savoir comment nous pouvons vous offrir un choix de vins aussi qualitatif pour si peu d'argent.*

*- Il était **curieux** de savoir pourquoi un si grand nombre de spectateurs s'étaient déjà déplacé en masse pour les voir ce film.*

*- Il a été **étonné** de toutes les nouvelles options que notre cursus scolaire lui offrait.*

*- Il était totalement **enchanté** par le **calme** et la **tranquillité** de ce qu'il vient de voir.*

*- Il se **sentait si confortable** dans son nouveau job qu'il avait l'impression de **se sentir** chez lui.*

*- Ils ont été comme **hypnotisés** par la vue qui s'offrait à lui.*

*- Il était comme **exalté** par le **confort** et la **détente** que ce spa luxueux lui conférait.*

[6] http://www.resilience-psy.com/spip.php?article145

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

*-Je pense que vous serez **fasciné** par cette nouvelle voiture, sa puissance vous **hypnotisera** !*

*- **Imaginez** à quel point votre capital-pension se portera bien après avoir bénéficié de ce haut rendement garanti.*

*-**Rappelez-vous** quand vous étiez petit, et que vous vous **imaginiez** dans la peau de Superman. Admettez-le. Vous l'avez fait, au moins une fois. Eh bien, c'est ce **sentiment** que vous pourriez à nouveau vivre lorsque vous serez au volant de cette moto superpuissante.*

Apprenez dès aujourd'hui à utiliser des mots directement issus du monde de l'hypnose, comme *enchanté*, *extase*, *détendu*, *hypnotisé*, etc. En entendant ces mots, vos interlocuteurs vont commencer à vivre une expérience, à un niveau subconscient de sensation, de fascination, de curiosité et de détente passive. Ils ne savent pas pourquoi, mais ils vont trouver vos paroles plus **impactantes** et accrocheuses. Peu de personnes savent comment utiliser ces mots de transe. Sauf vous, à partir de maintenant.

Utilisez-les pour ajouter de l'éclat supplémentaire et magnétique à votre communication. Puis observez attentivement les réactions de vos interlocuteurs. Je vous invite dans les prochains jours à en faire l'expérience dans votre communication lorsque le contexte le permet.

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Les mots de liaison de la communication hypnotique, ou comment faire le pont avec son inconscient

L'esprit inconscient de votre interlocuteur est un enfant de cinq ans. Ça, vous l'avez maintenant bien compris. Et comme tout enfant, il aime **associer des idées** dans son esprit. Cela ne vous parle pas ?

« Dis papa.. .pourquoi le ciel il est bleu... et pourquoi pas jaune... comme la couleur de mon crayon à l'école... d'ailleurs j'ai pas envie d'aller à l'école demain... c'est grave papa... tu ne m'aimeras plus... et si tu ne m'aimes plus tu vas partir loin de maman… et maman elle va être triste… donc moi je suis triste…et je veux plus manger ma soupe. »

Cela vous dit vaguement quelque chose ? Vous répondez *oui* ? L'esprit inconscient de votre interlocuteur est un peu comme cela. Il adore les associations d'idées. A ce propos, jouons à un petit jeu rapide. A quoi pensez-vous lorsque je vous dis *Los Angeles* ?

Hollywood, *Malibu*... que dire encore ? *Soleil*, *plage*, *liberté*. Focalisons-nous maintenant le mot *Hollywood*, à quoi pensez-vous, sans réfléchir ? *Cinema, star, George Clooney, Star War, Hollywood Boulevard*. Attardons-nous donc maintenant sur *George Clooney*, à quoi ce nom vous fait-i penser ? *Glamour, richesse, célébrité*.

Voyez-vous, ce simple petit exercice vous démontre comment votre esprit inconscient fonctionne. Votre esprit tisse une sorte de **réseau mental** qui connecte entre eux, des concepts et idées stockées dans l'immense base de données que représente votre esprit inconscient. Cela s'appelle la sémantique.

Et c'est là que cela devient très intéressant pour le communicateur hypnotique que vous êtes en passe de devenir.

Lisez l'exemple suivant. Imaginez être le maire d'une ville, discutant avec vos administrés lors d'une réunion municipale. Vous savez de source sûre, que vos administrés s'étaient déjà renseignés sur internet à propos de votre projet, au moment où vous êtes sur le point d'aborder cette discussion avec eux.

« Nous sommes en train de parler du potentiel économique de ce nouveau projet... ET vous pouvez vous rappeler ce que vous avez lu dans sur le site internet de la ville à propos de ce projet...VOILA POURQUOI vous pouvez devenir très excités à propos de ce qu'il peut faire pour les habitants de votre ville. »

Que pouvons-nous voir dans cette phrase, à première vu innocente ?

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Nous avons utilisé en début de discussion, deux déclarations indéniablement véridiques aux yeux de votre interlocuteur, toutes reliées par le mot *ET*. En effet, vous êtes en train de parler à votre interlocuteur *ET* votre interlocuteur s'est déjà renseigné à propos de ce projet. Donc à cet instant, dans le cerveau de votre interlocuteur, deux *OUI* consécutifs sont en train de s'imprégner dans son esprit.

C'est à ce moment là que nous allons connecter une suggestion subtile ...*« VOILA POURQUOI vous pouvez devenir très excités à propos de ce qu'il peut faire pour les habitants de votre ville. »*

Que va t-il dès lors se passer dans l'esprit de votre interlocuteur ?

Vu qu'il a déjà dit *OUI* mentalement aux deux premières déclarations, son esprit inconscient va automatiquement faire une **connexion**, et dire *OUI* à cette troisième déclaration. Même si, il n'y a aucune connections logique entre cette suggestion et les deux premières déclarations.

Et c'est là toute la beauté de ce genre de technique. Vous pouvez glisser discrètement un **ordre indirect** dans l'esprit de l'interlocuteur à votre avantage. Afin de préparer rapidement un terrain favorable pour qu'il devienne réceptif à votre message ou **suggestion**.

Nous utilisons de façon intelligente la particularité de l'esprit inconscient de votre interlocuteur : l'association d'idées. Grâce aux mots de liaison que sont *ET* et *VOILA POURQUOI*, je parviens à créer une **connexion mentale** entre les deux premières parties de phrases (qui sont déjà acceptées comme étant vraies par votre interlocuteur) et la suggestion finale, qui sera également acceptée par son esprit inconscient.

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Voici d'autres exemples qui utilisent les mots de liaison, afin de parler à l'inconscient de votre interlocuteur

*- **Une fois que** vous commencerez à placer vos publicités dans X , vous découvrirez naturellement le potentiel de notre force de vente qui rendra vos messages commerciaux infiniment plus efficace.*

*- **Parce que** vous aimez avoir de l'influence sur vos clients, **voilà pourquoi** vous allez être excité par ce que vous allez découvrir dans ce cours.*

*- **La façon dont** vous écoutez ce discours **me montre que** vous êtes une personne qui se soucie de son apparence.*

*- **Le fait que** vous soyez en train de lire ces mots **veut dire que** vous commencez à prendre conscience de l'impact des ampoules économiques sur notre consommation électrique.*

*- **Une fois que** vous expérimenterez la force des mots dans votre communication, vous réaliserez les nombreuses façons dont il fera grimper l'impact de votre influence et de votre capacité à séduire.*

*- Naturellement, **comme** vous commencez à réaliser les différentes perspectives avantageuses qui s'offrent à vous, vous pouvez facilement prendre conscience de la façon dont X vous aidera à accomplir rapidement et efficacement vos objectifs. **Ce qui signifie** que vous pouvez commencer à imaginer le succès que vous pouvez vraiment obtenir, grâce à X.*

*- **Après avoir** commencé à utiliser X, vous comprendrez ses nombreux avantages.*

*- **Plus** vous penserez à utiliser la communication hypnotique, **plus** votre pouvoir personnel montera en flèche, **voilà pourquoi** vous pouvez commencer aujourd'hui à mettre en pratique ce que vous avez appris.*

*- **Comme** vous commencez à assimiler l'information que je suis en train de vous fournir, vous commencerez peut-être à reconnaître les nombreuses façons dont ces nouvelles idées peuvent vous aider dans votre communication.*

*- **Alors que** vous venez de prendre conscience des nombreux bénéfices dont vous allez bénéficier en passant dans X c'est peut-être le moment - **MAINTENANT** - D'envisager comment nous pourrions finaliser le plus facilement cet accord pour notre bénéfice mutuel. Maintenant, cela semble-t-il raisonnable, qu'en pensez-vous ?*

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

-*Vous êtes en train de lire ce texte **et** vous tenez ce livre entre les mains, **ce qui signifie** que vous pouvez maintenant laisser votre respiration devenir plus profonde.*

Milton Erickson, le très connu psychothérapeute américain à l'origine de l'hypnose moderne, était un fabuleux manieur de mots. On disait de lui qu'il avait la faculté de faire rentrer en transe hypnotique toute personne avec qui il parlait. Apprenez à utiliser ce type de langage dans vos conversations. Et ce, de manière progressive et continue. Et commencez à remarquer la manière dont les autres réagissent vis-à-vis de ce que vous leur dites.

N'oubliez pas, comme toute discipline, seule la pratique mène à l'excellence. Alors lancez-vous dans le bain et entraînez-vous. Utilisé de façon pertinente, ce langage particulier vous donnera un réel pouvoir de persuasion insoupçonnée. Faites en simplement bon usage.

> … **Et comme** vous êtes en train de lire cette phrase, n'avez-vous pas encore commencé à **réaliser** combien votre pouvoir d'influence pourrait monter en flèche après avoir mis en pratique ce vous êtes en train d'apprendre ? **Ce qui signifie que** vous prenez **conscience** maintenant des nombreuses incidences que la communication hypnotique va avoir dans votre existence. **Car** la façon dont vous lisez ces lignes **me montre que** vous êtes une personne désireuse **d'excitants** changements de perspective. **Voilà pourquoi** vous prendrez le temps qu'il faut pour mettre à profit ce que vous êtes en train d'apprendre.

NOTE : Avez-vous remarqué comment j'ai utilisé les mots ci-dessus, de façon hautement stratégique ? Avez-vous remarqué le nombre de suggestions indirectes que j'ai placées dans ce mini paragraphe ?

Comment pourrirez-vous commencer à placer, à votre tour, ces mots et tournures de phrase stratégiques dans vos communications ? A vous de jouer, lancez-vous dans le bain !

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Les mots-focalisateurs, ou comment orienter l'attention, les émotions et les pensées de votre interlocuteur

Pendant une présentation ou un échange verbal, il y a des limites à la capacité d'attention de votre interlocuteur. En conséquence, il est nécessaire de donner à votre interlocuteur, un coup de pouce verbal périodiquement, afin de regagner son attention et sa **concentration**. Sans ces mots, votre interlocuteur peut dériver dans un état mental flou ou de préoccupation, et ratera les points clés de votre présentation. Cela sape le processus de communication.

Mieux, vous pouvez aussi apprendre à orienter **l'attention**, les pensées, souvenirs, sentiments, humeurs et émotions de vos interlocuteurs. Avec comme objectif stratégique d'amener votre interlocuteur là où vous souhaitez qu'il aille. Le cerveau humain est programmé pour réagir automatiquement, quand il est confronté à ce type spécifique de verbes hautement stratégiques.

Les verbes *prendre conscience, se focaliser, penser, réaliser, considérer, imaginer, entrer en contact, remarquer*, *se sentir*, sont des verbes qui focalisent spécifiquement l'attention. Tout comme ils orientent les pensées de votre interlocuteur. Apprenez à les utiliser dès aujourd'hui pour orienter les pensées, sentiments et perceptions de votre interlocuteur.

Voici quelques exemples :

*- Pendant que vous étudiez chaque mot de ce livre, vous pourriez **prendre conscience** à quel point il sera facile pour vous de commencer à écrire votre propre matériel hypnotique dans vos communications.*

*- Laissez vos pensées se **focaliser** sur ces mots.*

*- Plus vous continuez à lire ce document, plus vous vous **sentez relaxé**.*

*- Avez-vous déjà **remarqué** que votre intérêt pour cette moto pourrait bientôt monter en flèche, lorsque vous aurez réalisé cet essai sur circuit*

*-**Imaginez** ce que ce serait si vous pouviez ...*

*- Maintenant, **entrez en contact** avec ce sentiment de …*

*- Comme vous continuez à parcourir cette phrase, vous commencez à **penser** ...*

*- Comme vous continuez à lire cette page Web, vous vous **sentez** de plus en plus ...*

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

*- N'avez-vous pas encore commencé à **réaliser** quelles nouvelles possibilités s'offriraient à vous, si vous pouviez apprendre les secrets de la communication hypnotique.*

*- Après avoir lu ce rapport, vous devenez naturellement **conscient** que vous **considérez** vouloir peut-être en apprendre plus sur les nombreux avantages de la nouvelle assurance-vie x.*

*-Vous pourriez déjà avoir commencé à **prendre conscience** du désir de vouloir contribuer à notre œuvre de charité*

… **Et comme** vous êtes en train de lire cette phrase, n'avez-vous pas encore commencé à réaliser combien votre capacité d'influence pourrait monter en flèche après avoir mis en pratique ce vous êtes en train d'apprendre ? **Ce qui signifie que** vous prenez conscience maintenant des nombreuses incidences que la communication hypnotique va avoir dans votre existence. **Car** la façon dont vous lisez ces lignes me **montre que** vous êtes une personne désireuse d'excitants changements de perspective. **Voilà pourquo**i vous prendrez le temps qu'il faut pour mettre à profit ce que vous êtes en train d'apprendre.

Cher lecteur, avez-vous remarqué comment j'ai utilisé les mots ci-dessus, de façon hautement stratégique ? Avez-vous remarqué le nombre de suggestions cachées placées dans ce mini paragraphe ? Comment pourrirez-vous commencer à placer, à votre tour, ces mots et tournures de phrase stratégiques dans vos communications afin de les rendre hypnotique ? A vous de jouer, lancez-vous dans le bain ! Ceci est BA-BA de l'hypnose conversationnelle, alors entrainez-vous encore et encore

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Ingrédient n° 2 : Les besoins de l'être humain, et comment savoir facilement ce qui motive les autres pour l'utiliser de façon stratégique

Vous l'avez découvert préalablement, le cerveau inconscient est le maître caché responsable de nos prises de décisions. Mais il est aussi le siège de nos besoins génétiquement programmés. Vous allez vous rendre compte que la compréhension des **besoins** programmés inconscients de vos interlocuteurs, est sans doute l'une des clés qui fera de vous un excellent communicateur hypnotique.

Vous, mon voisin, le pape François, et moi-même avons quelque chose en commun : nos **besoins**. Ce sont eux véritablement nos moteurs émotionnels. Ils donnent un sens à notre vie. Sans eux, nous ne serions que de simples bonhommes de paille sans désirs, envie, objectifs et motivation.

En apprenant dès aujourd'hui à stimuler les [7]**besoins** inconscients de vos interlocuteurs, vous allez pouvoir disposer de puissants leviers de motivation. Ceux-ci les guideront automatiquement sur le chemin d'attitudes, de décisions et d'actions en votre faveur. En effet, plus vous stimulerez leurs besoins profonds, plus vos interlocuteurs seront dans un état émotionnel propice à s'engager vers vous. Il sera alors temps de lier le comportement (acte ou prise de décision) à la valeur que vous avez découvert chez lui.

Prenons un petit exemple. Mettons-nous dans la peau d'un vendeur d'articles de sport.

Il est difficile de motiver quelqu'un à faire du sport si il est amorphe, déprimé et sans enthousiasme. Par contre, si vous parvenez à le faire entrer dans un état d'excitation et d'énergie positive liées au besoin que le sport peut satisfaire chez lui (besoin de reconnaissance et de pouvoir), vous aurez de forte chances de pouvoir l'influencer à faire du sport. Et donc d'acheter vos services.

Apprenez à stimuler leurs **besoins**, et vous deviendrez le porte-parole de leurs aspirations et désirs.

La façon la plus simple de **stimuler** leurs besoins est de les rendre visibles à leurs propres yeux. Montrez à vos interlocuteurs ce qu'ils n'ont pas pour l'instant. Montrez-leur l'avenir, et comment leurs besoins peuvent être satisfaits grâce à vos idées, à votre vision ou encore à vos services.

[7] https://fr.wikipedia.org/wiki/Quatorze_besoins_fondamentaux_selon_Virginia_Henderson

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Quand vos interlocuteurs prennent conscience qu'ils ont des besoins non satisfaits, vous pouvez leurs promettre de les satisfaire. Grâce à vos idées ou suggestions. En réalisant cela; vous êtes alors dans une position de pouvoir de négociation avec eux. Au plus urgents et importants sont leurs besoins, au plus vous pouvez les influencer en échange.

Apprenez à faire émerger les **valeurs** de votre interlocuteur, puis faites-lui imaginez clairement dans son esprit à quel point sa vie sera plus belle et meilleure lorsque ses besoins seront satisfaits après avoir suivi vos idées, votre vision ou votre service.

Chaque être humain est unique et différent. Certains apprécient l'argent, d'autres le pouvoir TANDIS que certains apprécient le bonheur dans les relations. Comment pouvez-vous apprendre à connaître les besoins de votre interlocuteur ? Il suffit de lui demander.

Jetez un œil à l'exemple ci-dessous.

Vous:

- Qu'est ce qui est réellement important pour vous dans l'achat d'équipements de fitness ?

Votre interlocuteur :

- Il doit pouvoir me permettre de retrouver une silhouette gracieuse dans les 60 prochains jours.

Vous:

-Et en quoi est-ce réellement important pour vous de retrouver une silhouette gracieuse dans les 60 prochains jours ?

Votre interlocuteur :

-Cela va je pense sincèrement changer le regard des autres à mon égard, et booster mon estime de moi-même !

BINGO. Une Fois que vous avez creusé profondément dans l'esprit de votre interlocuteur, vous serez donc en mesure de concevoir un message qui l'influencera de manière percutante.

<u>Dans ce cas, voici ce que je lui dirais :</u>

- Imaginez ce que ce serait si vous pouviez littéralement booster votre estime de vous-même après avoir acheté ce superbe équipement de fitness... Avez-vous déjà pris conscience que

le regard des autres pourrait bientôt être totalement différent de ce qu'il est aujourd'hui ? Plus vous l'utilisez, et plus vous vous sentirez le regard envieux des autres sur votre silhouette galbée...

... Ce qui signifie que vous pouvez être maintenant réellement excité à l'idée d'acheter cet équipement de fitness, n'est-ce pas ?

Voyez-vous comment je peux - grâce à deux questions pertinentes, découvrir et stimuler les besoins génétiquement programmé de mon interlocuteur ? Avez-vous remarqué comment je suis parvenu à stimuler son **état émotionnel** dans l'objectif qu'il puisse adhérer à l'idée d'acheter mon équipement sportif ? Avez-vous également remarqué comment j'ai utilisé les **mots hypnotiques** de façon judicieuse ? Je peux me permettre de la faire, car je sais que cet équipement de fitness est fiable et performant.

Idéalement, si vous voulez savoir quelles sont les **valeurs** de vos interlocuteurs, apprenez à connaître leurs centres d'intérêts, faites attention aux endroits où ils passent le plus clair de leur temps. Découvrez quelles sont leurs lectures. Apprenez à découvrir quels sont leurs rêves, aspirations et objectifs. Puis vendez-leur leur propre rêve à travers vos idées, suggestions ou produits !

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

La liste détaillée des besoins génétiquement programmés de l'être humain. De A à Z.

Découvrez dans quelle mesure vous pourriez utiliser vos nouvelles connaissances en psychologie sociale pour stimuler les besoins inconscients de vos interlocuteurs. En apprenant à décoder leurs pensées, devenez un *Jedi* de la communication hypnotique. Et vous savez quoi ? Le plus beau dans l'histoire, c'est que vos interlocuteurs sentiront que vous êtes une personne qui se soucie réellement de leurs **intérêts** et besoins profonds. Et c'est donc vous qu'ils écouteront. Passez du communicateur *poussif,* au *découvreur de besoins* en moins de temps qu'il ne faut pour le dire !

La sécurité

Un besoin fondamental dont nous avons tous besoin est le sentiment de sécurité. Si nous ne sommes pas en sécurité, alors nous pouvons oublier tout ce que nous essayons de faire. Dans la pyramide de Maslow des besoins, la sécurité est considérée comme un besoin fondamental. Lorsque nous prévoyons que nous pourrions être susceptibles de vivre un préjudice alors nous nous sentons en danger.

Pour impacter vos interlocuteurs, *menacez* subtilement leur besoin de sécurité. Ou au contraire, soyez leur ami en leur offrant la sécurité dont ils ont besoin (via vos produits ou vos idées) lorsqu'ils se sentent menacés.

La santé

Un besoin fondamental. Ce besoin vital se caractérise par le besoin de se maintenir en bonne santé. Tant que ce besoin basique n'est pas satisfait, l'être humain n'éprouve pas le besoin d'exiger d'autres besoins qui se situent plus haut sur la pyramide des besoins.
Ce besoin vital peut être utilisé comme une arme de persuasion et d'influence pour transformer les comportements et les croyances de la personne que vous souhaitez influencer. Certaines publicités antitabac intelligentes notamment, montrent bien comment ce besoin de base pourrait être menacé si vous continuez à fumer.

La certitude

La certitude est ressentie comme une sensation de confort et qui pourrait être même perçu chez les autres comme de la suffisance ou de l'arrogance. Cependant, être trop sûr de soi et de ses certitudes peut mener à la chute et à se rendre aveugle au point de ne pas voir les problèmes pointer le bout de leur nez. Faites-leur imaginer un avenir incertain qui pourrait se

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

présenter à eux s’ils n'achètent pas vos idées ou produits par exemple.

Par contre, dès vous aurez installé cet état émotionnel d'incertitude en eux, montrez-leur alors un chemin que vous aurez tracé pour eux qui les ramènera vers un certain degré de confort et de prévisibilité.

L'excitation

L'un des besoins les plus profonds de l'être humain est sans aucun doute celui de se *sentir vivant*. Dans cet état, nous parlons d'éveil cognitif, affectif et physique. L'excitation est un état très intéressant pour l'influence si vous savez toucher ce besoin primaire chez la personne que vous souhaitez influencer. Lorsque vous souhaitez influencer votre interlocuteur, considérez dans quel état d'excitation mentale il se trouve actuellement. Et dans quel état d'excitation vous voulez l'emmener. Souhaitez-vous qu'il se sente excité intellectuellement ?

Souhaitez-vous encore qu'il se sente excitée physiquement, au point de se lever et de faire quelque chose pour vous ?

L'appartenance

Certaines espèces vivantes vivent en grande partie en solitaire, tandis que d'autres espèces ont compris que si vous formez une tribu vous pouvez partager le travail, les tâches et les compétences. Cependant vivre en communion avec sa tribu impose des règles de vie en communauté. Les conventions, les règles de vie en société, etc. Aujourd'hui, en tant qu'êtres humains nous somment donc préprogrammées avec ce besoin profond d'appartenance aux autres.

En effet, nous sommes génétiquement programmés pour rejoindre le groupe de ceux qui nous ressemblent et ensuite gagner son estime. L'individu lorsqu'il est en société, a souvent tendance à s'afficher et à se comporter selon la règle et les valeurs du groupe social ou culturel auquel il appartient. Si vous souhaitez influencer un interlocuteur, il est important que celui-ci vous considère comme faisant partie de son groupe social ou encore culturel.

La certitude

Ce besoin évoque le besoin d'avoir des certitudes à propos de ce que nous savons, faisons et disons. Qu'est-ce que le besoin de certitude ?
Quand nous sommes certains du monde qui nous entoure, nous sentons que nous

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

comprenons les choses, que nous pouvons prédire ce qui va arriver et que nous sommes suffisamment en contrôle pour assurer notre propre sécurité. Les prédictions qui se réalisent dans notre vie apportent la preuve que nous pouvons continuer à être certains de ce que nous savons.

La beauté

La beauté est un besoin humain curieux, se surtout en termes d'évolution. La beauté physique est un critère voire une norme importante sur laquelle se base beaucoup d'êtres humains pour choisir sa compagne ou son compagnon.
La beauté et l'attrait esthétique agit directement sur les émotions humaines. L'esthétique se connecte en effet directement à nos émotions, ce qui en fait un facteur subtil dans le domaine de la persuasion et de l'influence. Trouvez ce par quoi votre interlocuteur est attiré, et jouez sur ce puissant levier émotionnel.

Le challenge

Pensez à un moment où vous étiez heureux et satisfaits. Il y a de grandes chances que cela avait quelque chose à voir avec la réalisation de quelque chose qui vous a demandé un petit peu d'efforts. Chose par rapport à laquelle vous n'étiez peut-être même pas sûr de réussir au départ. Pensez à défier dans la juste mesure votre interlocuteur, de sorte à le faire réussir.

Apprenez à jouer avec ce puissant moteur de persuasion. L'une des meilleures formes de persuasion vis-à-vis d'un adolescent commencerait sans conteste par *« Je parie que vous ne pouvez pas... »*

La conformité

Vous souvenez-vous vous être déjà retrouvés dans un groupe de gens dans lequel la plupart d'entre eux faisaient ou disaient des choses totalement différentes de vous ? Avez-vous ressenti une certaine forme de pression inconsciente qui vous poussait à diriger finalement vos paroles et attitudes dans le sens de l'avis général du reste du groupe ?
Si c'est le cas, vous avez réagi inconsciemment à ce besoin de vous sentir en conformité avec le reste du groupe. De sorte que vous soyez acceptés comme un membre à part entière de ce groupe.

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Si vous souhaitez donc convaincre ou influencer une personne, vous augmentez vos chances et gagnerez leur confiance en leur montrant par votre langage, attitude, etc, que vous appartenez au même groupe qu'elle.

L'achèvement

Le sentiment d'achèvement est une émotion ressentie lorsque les choses sont terminées, sont étiquetés comme " réalisées" auxquels nous n'avons plus besoin de penser. Par contre lorsque nous retrouvons dans un contexte où les choses ou actions auxquelles nous sommes exposées sont incomplètes, cela engendre un sentiment d'inachevé et d'insatisfaction jusqu'à ce qu'elles soient complétées. Le sentiment d'achèvement amène un sentiment " de fermeture" qui amène confort et satisfaction pour la personne qui le vit. La fin d'un épisode ne vous mène-t-il pas souvent un sentiment d'inachevé et de frustration qui vous pousse à regarder l'épisode d'après ?

La cohérence

Avez-vous une collègue de travail qui est si imprévisible dans ses attitudes que vous avez du mal à prévoir ses comportements ? Autrement dit, nous avons besoin que nos croyances psychologiques, nos valeurs, notre moralité, nos attitudes et notre modèle du monde s'aligne les uns aux autres de façon cohérente.

Si vous voulez donc motiver ou influencer vos interlocuteurs ou clients, montrez-lui explicitement l'incohérence entre les valeurs qui sont les siennes et ses attitudes. Montrez-lui ensuite que si elle suit vos suggestions, ses valeurs et ses attitudes seront alors de nouveau compatibles et alignées entre-elles.
Par exemple, si vous vendez des produits pour arrêter de fumer, montrez-lui que ses attitudes de fumeuse sont incompatibles avec ses valeurs fondamentales (besoin d'aimer ses enfants, et de leur donner le meilleur). Montrez-lui l'incohérence entre ses valeurs et ses comportements.

La curiosité

La curiosité est un vilain défaut dit-on aux enfants curieux. Ce vilain défaut, et pourtant un moteur émotionnel puissant pour influencer et motiver les autres. Piquez leur curiosité, stimulez leur intérêt. Vous saurez que vous aurez réussi lorsqu'ils commenceront à vous poser des questions.

L'estime de soi

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

L'estime de soi est l'un des besoins génétiquement programmés de l'être humain. Se sentir bien en soi-même et s'accepter tel que l'on est et la définition que l'on peut donner de l'estime de soi. Montrez par exemple chez l'interlocuteur à influencer, un comportement, une décision ou une action que vous attendez d'elle et qui renforcera sa propre estime d'elle-même.
Dès que la personne se conforme à ce que vous vous attendez d'elle, louez-la et félicitez-la, ce qui renforcera son estime personnelle. Ce qui renforcera votre impact

Le contrôle

Chaque être humains ressent un profond besoin d'avoir un sentiment de contrôle sur les choses et sur les événements. En apprenant à gérer leur propre sentiment de contrôle, vous détenez une arme secrète d'influence vis-à-vis de vos interlocuteurs. Comme un paradoxe inconfortable qui d'un côté pousse notre besoin de contrôle, et d'un autre côté notre lucidité à voir que les choses ou les événements se dérobent sous notre pied, sans que nous nous ne puissions rien y faire.

Le sentiment d'impuissance liée à l'incapacité du malade à faire quoi que ce soit face à la maladie, peut-être un sentiment plus douloureux que l'imminence de la mort en elle-même. Par exemple, si vous êtes parent au moment où vous envoyez votre fiston au lit, vous pouvez par exemple titiller son sentiment de contrôle en lui disant *« Tu préfères aller au lit maintenant ou plutôt dans une demi heure ?* »

La compétence

Si vous possédez des connaissances supérieures aux autres dans un domaine, alors vous êtes considérés par les autres comme expert dans ce domaine. Ce qui vous donne deux avantages très utiles :

Le contrôle :

Si vous êtes expert dans quelque chose, alors vous le comprenez et vous pouvez utiliser cette connaissance pour mieux le contrôler.

La position sociale :

L'expertise est une forme de pouvoir qui amène les autres à vous considérer comme possédant un statut d'autorité. Ce statut d'autorité s'exprime soit dans leur admiration vis-à-vis de ce pouvoir ou encore dans la gratitude que les autres ont vis-à-vis de

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

votre pouvoir afin de servir leur intérêt ou leur cause. Ce faisant, vous allez augmenter votre pouvoir de persuasion et d'autorité naturelle auprès d'eux.

L'équité

Le besoin d'équité est un besoin commun que l'être humain ressent depuis son plus jeune âge. Souvenez-vous du fameux *Ce n'est pas juste !* qui sortait de notre bouche en pleurant toutes les larmes de notre corps, parce que vous vous sentiez lésés par vos frères et sœurs. Comment se définit précisément le besoin d'équité ?

Apprenez dès aujourd'hui en être conscient de la façon dont vos interlocuteurs se sentent vis-à-vis de ce besoin spécifique. Se sentent-ils *injustement lésés* par rapport à vous ? Au contraire, s'ils sentent que vous savez donner de votre personne en leur faveur, ils auront tendance à vous rendre la pareille.

La liberté

La liberté est un besoin fondamental idéaliste. Elle s'incarne notamment de nombreuses déclarations des droits de l'homme. Paradoxalement, le besoin de liberté est souvent lié au besoin de faire la guerre et de se libérer de l'oppression.

Si vous souhaitez influencer votre interlocuteur ou client, rappelez-lui ce besoin fondamental et *utilisez-le* si besoin. Par exemple, soyez créatifs et faites-leur bien comprendre que sa liberté personnelle pourrait être menacée si il ne suit pas vos conseils.

L'identité

Au-delà de la nécessité fondamentale d'un sentiment de contrôle, nous sommes profondément motivés par notre sens de l'identité, de qui nous sommes. Beaucoup de théories sociales abondent dans le sens de la création ou la préservation de notre sens de l'identité.

Le sens de l'identité apparaît tôt dans la vie dès lors que l'enfant commence à se séparer de la relation fusionnelle d'avec sa mère. Pour impacter vos interlocuteurs ou clients à votre avantage, apprenez à soutenir ou à menacer leur sens de l'identité.

La nouveauté

Certain sont ce besoin viscéral d'accepter de nouveaux challenges inattendus, au point

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

même de se discréditer dans des projets qui au final ne leur apportent pas toujours gloire et célébrité.

Le besoin de nouveauté est le carburant de la créativité et de l'innovation. Nous sommes poussés génétiquement à créer de la nouveauté dans notre existence. Tant que vous ne semblez pas nuire à leur sentiment de contrôle, le besoin de nouveauté peut être bien utilisé pour piquer la curiosité et amener les gens à s'engager sur votre voie.

La prédiction

Une des choses que nous sommes constamment en train de faire est de prédire le futur, que ce soit une prédiction sur ce qui pourrait arriver sur le chemin de l'école ou bien sur ce qui pourrait arriver l'année prochaine. Si nous pouvons prédire ce qui va arriver, alors cela nous donne une bien meilleure chance de contrôler les choses. Par contre, si nous ne savons pas ce qui va se passer, nous ne pouvons pas dès lors nous détendre et devons constamment être sur le qui vive, en perpétuelle anticipation d'une menace potentielle.

Donc créez une situation nouvelle pour votre interlocuteur - afin de diminuer son sentiment de contrôle sur les choses - puis montrez-leur ce qu'il faut faire. C'est-à-dire suivre vos suggestions ou idées afin qu'ils puissent reprendre le contrôle.

La rationalité

Être rationnel est d'être capable d'utiliser la logique et d'argumenter sans erreur. Ceci permet d'obtenir une certaine forme de pouvoir, à la fois dans la précision de décisions qu'il confère et aussi la capacité à persuader.
Lorsque nous présentons un profil rationnel à d'autres, il est facile pour eux de prédire comment nous nous comportons, ce qui leur permet donc de se sentir en sécurité lorsque vous êtes à leur côté.

La répétition

Un curieux besoin que nous avons est la nécessité de répéter les choses. Le besoin de répétition est un avantage dans l'apprentissage, où la répétition permet d'incorporer des modèles dans notre esprit. Nous avons besoin de répétition pour nous sentir à l'aise, rassuré sur nos compétences d'automobilistes. La répétition répétée d'un concept, idée ou suggestion amène à l'acceptation et à l'intégration.

Dans l'éducation, apprenez à répéter les choses pour que s'établisse dans l'esprit de votre

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

élève, un modèle de pensée qui soit favorable aux idées que vous souhaitez faire passer à votre avantage.

L'actualisation de soi

Il signifie «devenir ce que vous êtes capable de devenir. Lorsque vous vous sentez en sécurité dans votre vie (sécurité financière, sentimentale et familiale) et que vous êtes heureux, un besoin particulier peut apparaître : le besoin de s'accomplir.

Aidez vos interlocuteurs à devenir ce qu'ils peuvent devenir, en les aidants à utiliser leur plein potentiel. Ce faisant, vous deviendrez leurs amis et serez capable de devenir influent sur leurs comportements, attitudes et croyances.

La compréhension

Un de nos besoins profonds est tout simplement de pouvoir comprendre ce qui se passe autour de nous. A contrario, lorsque nous manquons de compréhension, nous nous sentons dans un état de confusion et d'extrême inconfort, ce qui nous motive à mieux comprendre. Donc, vous pouvez créer de la confusion chez l'interlocuteur que vous souhaitez influencer, par exemple en montrant qu'il se trompe alors qu'il pensait avoir raison. Puis montrez lui qu'en allant dans votre sens, son besoin de compréhension sera à nouveau satisfait.

La compétition

Nous avons un profond besoin de gagner dans tout ce que nous faisons, et peut-être ressentons-nous même un fort besoin d'éviter de perdre. Car nous sommes naturellement programmés comme une espèce de compétiteur destiné à se battre contre tous nos concurrents. Ce faisant, nous imaginons souvent l'hypothèse d'un scénario gagnant-perdant. La stratégie naturelle qui en découle est de se battre bec et ongles pour gagner.

Montrez à votre interlocuteur ou client qu'en suivant vos idées ou en achetant vos produits, il prendra un avantage considérable sur les autres. Faites lui imaginez un scénario gagnant-perdant avantageux.

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

La découverte des besoins : les leviers émotionnels que tous les grands leaders de cette planète utilisent - et comment l'acquérir vous aussi

Vous l'aurez remarqué, ces puissants leviers de **motivation** sont des éléments qu'il vous faut impérativement assimiler dès aujourd'hui. A ce sujet, je vous invite donc à tendre l'oreille attentivement aux idées et débats politiques passant à la télévision. Ce faisant, vous allez très vite pour rendre compte des leviers motivation qu'utilisent les leaders influents et politiciens de haut rang.

Prêtez aussi une oreille attentive aux contenus des publicités qui passent à la télévision et à la radio. Vous devriez y reconnaître bon nombre de leviers de motivation vus dans ce chapitre. Ce n'est pas un hasard si les plus grandes sociétés allouent des budgets colossaux à leur marketing. De plus en plus, psychologues et spécialistes de l'influence viennent au chevet des grandes sociétés afin de les aider à trouver *la clé* qui permette d'entrouvrir le coffre-fort mental du consommateur.

C'est une réalité omniprésente autour de nous. Et ce que vous avez appris dans ce chapitre vient certainement de vous ouvrir les yeux sur la façon dont fonctionnent la publicité, et la politique. Pour ne citer qu'elles. Car celui qui réussit à influencer est celui qui détient le pouvoir et le succès.

Qu'il s'agisse de vente, de politique, de relations, tout est affaire de communication et d'influence.

Il serait judicieux que vous en preniez compte maintenant. Votre succès passe obligatoirement par votre faculté à conquérir les cœurs, les esprits et les consciences. **Bien entendu, je vous invite encore une fois à considérer cet outil comme un puissant levier de changement positif pour vous-même et pour les autres.** Utilisez-le de façon éthique et responsable dans un contexte relationnel gagnant-gagnant. Votre responsabilité morale en incombe.

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Ingrédient n°3 : la suggestion hypnotique, si vous l'ajoutez à vos conversations, vous pourrez impacter profondément n'importe qui

Bien. A ce stade, vous avez compris qu'il est important au préalable d'établir une connexion émotionnelle forte avec votre interlocuteur. Ensuite, vous avez appris ce qu'est le langage hypnotique. Vous avez découvert aussi comment utiliser ces leviers émotionnels que sont les besoins. Toutes ces entrées ne vous auraient-elles pas mises en appétit ? Que diriez-vous d'attaquer le plat principal…qu'est la **suggestion hypnotique**.

Car après tout, l'hypnose conversationnelle, c'est avant tout apprendre à suggérer et à influencer **l'esprit inconscient**. Alors, comment s'y prend-on ? C'est ce que vous allez découvrit maintenant. Alors, retroussez vos manches. Nous attaquons le plat principal. Bon appétit !

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Tout l’art de suggérer sans en avoir l’air et comment l’acquérir facilement : la commande hypnotique cachée

Il était une fois dans un monde idyllique et enchanteur, un vaillant chevalier qui un jour ordonna aux gardes du château ennemi d'un ton directif *« Et maintenant je veux que vous ouvriez cette grille, c'est un ordre ! »* Le garde, subjugué par cette sainte parole au relent biblique, lui répondit spontanément *« Bien sûr cher chevalier, je m’exécute tout de suite. Ne prenons pas le temps de vérifier qui vous êtes ! »*

Réveillons nous. Nous ne sommes plus dans le monde de la féodalité. A vrai dire tout être humain n'apprécie guère de se voir recevoir des ordres. Et vous n'échappez pas à la règle, non ?

Car vouloir attaquer un château fort de front, équivaut sans aucune exception, à se voir chaudement reçu par les gardes du château fort. Mais les plus habiles guerriers comprennent qu’au lieu d'attaquer de front, il vaut mieux distraire l'attention des gardes, tout en s'infiltrant discrètement par les entrées latérales du château.

L’Histoire, à maintes reprises, nous a démontré que ce type de tactique est gagnant. Souvenez-vous du cheval de Troie. L'histoire du cheval de Troie, est sans aucun doute l'une des plus habiles tactiques militaires jamais entreprises depuis Antiquité.

Jugez plutôt. L'épisode du **cheval de Troie** est un épisode décisif de l'histoire de la ville de Troyes au cours duquel des guerriers grecs réussirent à pénétrer dans la ville assiégée en vain depuis dix ans. Comment ? En se cachant dans un grand cheval de bois offerts aux troyens. Cette stratégie entraîna la perte de la ville de Troie, et permit le dénouement de la guerre.

Plutôt que de vous époumoner à vouloir convaincre les autres par des arguments directs, que diriez-vous de disposer de votre propre cheval de Troie qui va **distraire** les *gardes mentaux* de votre interlocuteur, tout en **s'infiltrant** astucieusement dans son esprit **inconscient** ?

La bonne nouvelle, c'est qu'il existe un moyen spectaculaire d'insérer des **suggestions cachées** dans une simple phrase innocente. Celle-ci va alors travailler directement sur le cerveau inconscient de votre interlocuteur. Sans même qu'il ne s'en aperçoive un seul instant. Donc sans risque que vos suggestions soient rejetées par l'esprit critique de son interlocuteur.

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Rappelez-vous. Votre objectif majeur en tant que communicateur hypnotique, est de contourner la garde mentale rapprochée de vos interlocuteurs pour pénétrer subtilement dans les quartiers privés de leur empereur mental : leur **esprit inconscient** .C'est là que votre suggestion doit directement atterrir.

Et comment s'y prend-on ?

De façon imagée, c'est un peu comme si vous plantiez une **graine invisible** qui va faire son chemin toute seule dans l'esprit de votre interlocuteur. Sans même que ce dernier ne s'en aperçoive.

Répétée régulièrement, cette technique très efficace, transformera alors vos interlocuteurs hésitants, en interlocuteur de plus en plus convaincus par vos idées.

Mieux, vos interlocuteurs auront alors l'impression que l'idée de suivre vos idées et conseils vienne d'eux même. Alors, que c'est vous - jardinier de l'esprit - qui avez méthodiquement implanté une graine de suggestions dans leur cerveau inconscient. Et ce, de façon répétée.

Afin de vous faire comprendre l'utilisation des suggestions hypnotiques cachées, lisez ces exemples suivants. Les commandes hypnotiques cachées ont été placés en lettres capitales et en gras.

- Il suffit de penser à quel point votre navigation sera plus facile si vous, Monsieur Bigoudi… ***ACHETEZ CETTE NOUVELLE BOUSSOLE****.*

- Je sais que vous n'avez peut-être pas encore pensé à, Virginie… ***CHANGEZ DE SMARTPHONE***

- C'est si simple de, cher citoyen… ***REGARDEZ LA VIE D'UNE FACON NOUVELLE****… avec cette nouvelle proposition de loi.*

- Vous verrez que vos élèves seront beaucoup plus productifs si vous, Monsieur Bigoudi… ***INVESTISEZ DANS CE NOUVEL OUTIL MAINTENANT****.*

Dans ces quatre exemples, voyez comment j'ai subtilement inséré une suggestion hypnotique cachée, en plaçant directement le nom de l'interlocuteur avant la commande cachée en majuscule. L'idée générale est de laisser un très **léger silence** juste avant de prononcer la commande cachée. Tout en changeant légèrement la **tonalité** de votre voix au moment où vous prononcez la commande hypnotique cachée.

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Lorsqu'elles sont utilisées correctement, personne ne s'oppose jamais aux commandes cachées, car elles agissent uniquement à un **niveau inconscient** dans l'esprit de votre interlocuteurs ou client. Plutôt que dans un niveau conscient.

De la sorte, vous parvenez à influencer subtilement l'esprit profond de votre interlocuteur, sans que celui-ci se sente contraint ou forcé de votre part.

Commencez donc à utiliser une commande cachée aujourd'hui dans vos interactions avec les autres. Votre expertise va rapidement monter en flèche et vous prouver que ce type de commande cachée peut encourager subtilement vos clients à prendre des décisions en votre faveur.

Bien entendu, ce n'est pas en une seule commande cachée que votre interlocuteur sera immédiatement convaincu par vos idées. Mais si vous prenez le soin de répéter cette stratégie à vos interlocuteurs, peu à peu ces graines invisibles vont germer dans leur esprit.

Prenez conscience que cet outil n'est pas magique. Mais savamment accompagné des autres stratégies de communication hypnotique présentes dans ce chapitre, les suggestions hypnotiques cachées sont un puissant moyen d'influence.

Je vous avais montré un exemple clair de la façon dont Obama a utilisé les commandes hypnotique cachées dans le cadre du discours électoral lors de l'élection primaire finale en date du six mars deux-mille huit, dans la ville de Saint Paul.

« CROYEZ... CHOISISSEZ D'ECOUTER... CROYEZ... JE SERAI... PRESIDENT DES ETATS UNIS. »

C'est un brillant exemple, qui démontre à quel point la communication hypnotique invisible est un puissant outil d'influence.

Donc, si vous désirez faire monter en flèche votre capacité à **convaincre** et à **motiver**, il est impératif que vous appreniez dès aujourd'hui à vous servir de ces outils de premier ordre. *Entraînez-vous* encore et encore.

Comment un plan de tomates à aidé cet homme à vaincre la douleur

Milton Erickson, le père de l'hypnose moderne, était considéré comme un des thérapeutes les plus efficaces au monde. Il utilisait régulièrement des commandes hypnotiques cachées, afin de suggérer secrètement à ses patients récalcitrants de nouvelles habitudes. Comme

des changements de comportement. Tout comme une nouvelle confiance en soi. Ou toute autre suggestion qui permettrait à ses patients d'aller mieux.

C'est ainsi qu'un jour, la famille d'un malade atteint du cancer en stade terminal demanda si Milton Erickson pourrait faire quelque chose afin de soulager le malade de ses douleurs mentale et physique liées à sa maladie. Bien qu'il n'y eu plus rien à faire sur le plan strictement médical, **Milton Erickson** réussit l'impossible pari de transformer l'état d'esprit du mourant, en quelques semaines à peine. Sa propre famille ne le reconnaissait plus. Tant celui-ci était porté par la paix intérieure, malgré la maladie. En outre, ses douleurs liées à la maladie avaient quasi disparues.

Sachant que ce patient particulier était fleuriste, Milton Erickson était allé le voir dans sa chambre de l'hôpital. C'est ainsi qu'il commença régulièrement plusieurs jours durant, une discussion passionnante sur le monde des plantes et du potager. Au cours de ces discussions agréables et détendues, Milton Erickson lui demandait la meilleure façon de faire pousser des plants de tomates. Comment les nourrir ? Comment les arroser correctement ? Toute une série de questions apparemment innocentes.

Sauf que, ces agréables innocents discussions autour des plantes et des tomates n'avaient en fait rien d'innocent. Pourquoi ? Car Milton Erickson utilisa de façon répétée, des **commandes hypnotiques cachées** sur des thématiques comme **l'espoir**, le confort, le lâcher prise.

L'homme malade, pendant qu'il échangeait une agréable conversation avec le docteur Milton Erickson, ne se rendait pas compte qu'une multitude de commandes hypnotique cachées s'étaient au fil de leur discussion, peu à peu implantée dans son esprit.

La surprise fût de taille, quelques semaines plus tard, lorsque la famille du malade se rendit compte que son état physique et mental général s'était ostensiblement amélioré, malgré la maladie. L'un des membres de la famille décida de rencontrer le Dr Erickson afin de lui demander ce qu'il lui avait dit pour que son bien-être physique et mental s'améliore en peu de temps.

Milton Erickson était connu pour avoir beaucoup d'humour. À la question, Milton Erickson comme à son habitude, répondit de façon élégante et amusante *« Oh vous savez, j'ai simplement parlé à votre mari de plantes et de tomates. Vous ne vous imaginez pas le pouvoir caché que peut avoir une simple tomate, lorsqu'on s'en sert de la bonne façon. »*

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

L'épouse de l'homme malade n'eut sans doute jamais compris le double sens de cette plaisanterie. Pourtant le cerveau inconscient de ce malade, lui, avait bien compris.

Vous désirez approfondir votre habilité à passer maitre dans l'art de la commande hypnotique cachée ? Il existe d'autres structures hypnotiques pour insérer des commandes cachées. Suivez le guide.

Mais avant d'aller plus loin, je me posais cette question suivante, peut-être pourriez-vous y répondre, vous ?

> *C'est vrai après tout… Je ne sais pas si…* ***UTILISEZ LES COMMANDES HYPNOTIQUES****… soit une bonne chose mais…avant d'…****UTILISEZ LES COMMANDES HYPNOTIQUES****… il serait bon de s'entrainer un peu… qu'en pensez-vous ? Maintenant, si…****UTILISEZ LES COMMANDES HYPNOTIQUES****… vous parait intéressant, pourquoi ne pas s'y mettre dès aujourd'hui ? Enfin c'est vous qui voyez, n'est-ce pas ?*

NOTE : Avez-vous remarqué comment cette commande cachée - tournée grammaticalement à **l'impératif** - vient se dissimuler brillamment dans une phrase - qui prise dans sa globalité - n'est pas perçue par votre interlocuteur comme une suggestion. Surprenant, non ? L'idéal dans la pratique est de changer légèrement la **tonalité** de votre voix lorsque vous prononcez la commande cachée. Ou en laissant encore un très léger silence, juste avant et après de prononcer la commande cachée.

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Voici encore d’autres exemples :

*- Et vous n'avez pas à… **CHANGEZ D'IDEE AUJOURD'HUI**… sauf si vous vous apercevez que cet échange de bon procédé peut …*

*- Les personnes qui… **LOUE CET APARTEMENT**… réalisent rapidement à quel leur point ils ne considèrent plus la location de la même façon qu'avant. Mais bon c’est vous qui décidez !*

*- Les personne qui… **POSSEDE CE LIVRE DE CUISINE**…ont rapidement vu leur talent de cuisiner monter en flèche. Mais c’est à vous que reviens le choix !*

Plus vous parviendrez à enchainer des commandes cachées subtilement imbriquées dans un enrobage neutre, plus vous planterez des graines de suggestion dans leur esprit. L'exemple suivant est un brillant exemple de commandes cachées successibles qui font germer de puissantes graines de suggestion dans l’esprit inconsciemment. Alors que consciemment, on ne peut pas ne se rendre compte de ce stratagème hypnotique.

*- On peut ou pas… **CHANGEZ D'IDEE**… mais les personnes qui ont…**CHANGEZ D'IDEE**…savent à quel point elles ont pris la bonne décision à chaque fois qu'on leur demande pourquoi elles ont… **CHANGEZ D'IDEE**… dans le fait de considérer l'adoption d'une façon différente.*

<u>Autre exemple d'enchainement successif de commande hypnotique cachée :</u>

*- Et vous n'avez pas à… **ACHETEZ CETTE MAISON**… sauf si vous vous apercevez que cette maison est un véritable coup de cœur. Car avant d’… **ACHETEZ CETTE MAISON**… il faut bien évidemment prendre en compte un tas de paramètres d'achats. Comme par exemple la surface habitable ou encore le prix du cadastre. Sa situation près des axes routiers, etc.*

*Bref… **ACHETEZ CETTE MAISON**… doit être une décision mûrement réfléchie de votre part. Maintenant si… **ACHETEZ CETTE MAISON**… est quelque chose d'important pour vous, je serai bien évidemment à vos côtés dans toutes les étapes d'achat…Vous saisissez ?*

Une autre belle façon d'utiliser une commande d'action cachée, est de raconter une histoire dans laquelle un des personnages de l'histoire donne une commande hypnotique caché. Le résultat est bluffant.

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Voici un exemple. Disons que vous êtes coach en développement personnel et vendiez un programme de gestion du stress dans une foire spécialisée.

Un interlocuteur s'approche de votre stand, et semble s'intéresser à votre formation. Plutôt que de *forcer* directement le client à répondre à votre offre (ce qui pourrait augmenter sa résistance et faire capoter la vente), vous pouvez utiliser une commande hypnotique cachée sous forme d'histoire.

*- J'ai connu un homme qui était tout le temps stressé. Il détestait de plus en plus son travail stressant. Il détestait dépenser tout cet argent inutilement pour des remèdes qui ne fonctionnaient jamais contre son stress. Mais, maintenant qu'il détient ce secret étonnant il jouit à nouveau d'une sérénité bluffante. Aujourd'hui à chaque fois qu'un des ses collègues lui demande comment il fait pour rester zen face à tout ce stress au travail, vous savez ce qu'il lui répond ? « **DONNE-TOI LES MOYENS DE COMBATTRE ENFIN TON STRESS ! »** L'homme faisait visiblement des émules, car aujourd'hui le bureau a retrouvé toute sa sérénité.*

Pendant que vous prononcez la commande hypnotique cachée ***« DONNE-TOI LES MOYENS DE COMBATTRE ENFIN TON STRESS ! »*** Regardez directement dans les yeux de votre interlocuteur. Prononcez ces mots lentement en changeant l'intonation de votre voix et avec une légère résonance. Comme un marquage linguistique qui souligne l'importance de ce passage particulier.

Alors que votre interlocuteur écoute cette histoire, son esprit inconscient quant à lui est réceptif à votre commande hypnotique cachée. En utilisant cette histoire comme prétexte pour insérer cette commande hypnotique cachée, vous détournez donc à votre avantage ce que le personnage de l'histoire dit.

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

En écoutant votre histoire, votre interlocuteur pourrait plus tard en revenant à votre stand, soudainement acheter votre produit en pensant que cette idée est venue de lui-même. Alors que réellement c'est vous qui avez planté la discrète mais ô combien efficace graine d'achat, qui a fait son chemin dans son esprit inconscient.

Encore une fois prenez conscience que l'efficacité de ces techniques sera d'autant plus forte que si vous aurez préalablement établi un rapport hypnotique avec votre interlocuteur. Et peut être même aurez-vous utilisé aussi les pouvoirs de la stimulation des besoins au préalable. Un bon communicateur hypnotique doit être capable de jauger toute situation avant d'utiliser quelconque technique.

Petit mot d'avertissement : La seule attitude vraiment payante lorsque vous rentrez en communication avec les autres

Alors, pendant que vous lisez ces lignes, *jeune Jedi de la communication hypnotique,* au fur et à mesure de votre lecture, vous prenez sans doute conscience que votre pouvoir de convaincre augmente, mais….

Je vous le répète encore une fois. Utilisez ces outils de façon consciencieuse et éthique. N'oubliez pas que le pouvoir invite à la **responsabilité**.

Prenez-en conscience. Posez-vous donc les questions de savoir à quelle fin vous souhaitez utiliser votre nouveau savoir. Afin d'aider les autres à grandir et à s'épanouir ? Afin de leur donner une nouvelle direction dans leur vie ? Afin de développer des relations gagnant-gagnants ? Est-ce dans **l'intérêt** et le besoin réel de votre interlocuteur ? Allez-vous l'impacter positivement, grâce à vos conseils, services ou produits ? Votre interlocuteur est-il réellement demandeur ?

Au final, vous seul avez la pouvoir d'utiliser la magie blanche ou pas. Il en va de votre **responsabilité**. Si vous répondez *oui* à ces motifs, vous êtes sur la bonne voie. Ces outils seront alors vos meilleurs alliés dans votre quête du succès. Si pas, je vous invite alors à reconsidérer l'usage que vous souhaitez faire de ce matériel précieux et puissant.

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Comment faire dire « oui » à quelqu’un - de façon systématique et sans même qu’il ne s’en rende compte : la suggestion de type phase et conduite

Nous avons vu précédemment qu'en utilisant des suggestions de type saupoudrage, il est maintenant possible de toucher directement l’esprit inconscient de votre interlocuteur de façon tout à fait discrète et percutante.

Que diriez-vous maintenant de découvrir une autre façon d’influencer l’esprit inconscient de votre interlocuteur pendant que vous distrayez son esprit critique ? De façon imagée, voyez la façon de travailler d’un magicien.

Tout l’art d’un magicien est de **distraire** son public pendant qu’il réalise subtilement et discrètement son tour de passe-passe à l’insu des regards indiscrets.

La suggestion hypnotique de type *phase et conduite,* procède identiquement de la même façon. D’une certaine façon, vous allez apprendre à distraire l’esprit conscient de votre interlocuteur en lui présentant des idées ou **affirmations** avec lesquelles il est impossible pour lui d'être en désaccord.

Ces idées ou affirmations vont également montrer à votre interlocuteur que vous comprenez sa situation et ses besoins.

Barack Obama sait comment déplacer une foule de gens avec des mots. Si vous l’écoutez attentivement, vous remarquerez qu'il commence habituellement ses discours en mentionnant certaines actualités avec lesquelles tout le monde est familier. Tels sont les faits indéniablement vérifiables qui commencent à induire l'hypnose invisible.

Il commence à parler de faits anodins avec lesquels ses auditeurs ne peuvent pas être en désaccord. Que vous le vouliez ou non, vous vous retrouvez en train de hocher la tête, en étant **d'accord** sur ces points *mineurs*.

Parce que les premiers mots de son discours correspondent ou correspondent à peu près aux pensées inconscientes de nombreux auditeurs, Obama construit rapidement une sorte de **confiance** invisible. Grâce à l'utilisation stratégique de ces formes d'hypnose invisible, Obama communique indirectement « *Je vous comprends.* »

Lisez l'exemple suivant. Imaginez que vous soyez un professeur d'université qui souhaite inculquer à ses élèves la passion de l'histoire.

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

*- Je suis en train de vous parler de l'histoire de Troyes **ET** vous pouvez vous rappeler que nous avions vu ensemble il y a deux semaines le film Troyes avec Brad Pitt... **VOILA POURQUOI** vous pouvez devenir de plus en plus intéressé en ce qui concerne le reste de la matière à venir.*

Que pouvons-nous voir dans cette phrase à première vu innocente ?

Nous avons utilisé en début de discussion, deux déclarations indéniablement véridiques aux yeux de vos élèves, toutes reliées par le mot *ET*. En effet, vous êtes en train de parler à vos élèves *ET* vous avez déjà vu le film Troyes avec Brad Pitt il y a quelques semaines. Donc à cet instant dans l'esprit de vos élèves, deux *OUI* consécutifs sont en train de s'imprégner dans leur esprit.

C'est à ce moment là que nous allons connecter une **suggestion** subtile à l'ensemble *… « VOILA POURQUOI vous pouvez devenir de plus en plus intéressé en ce qui concerne le reste de la matière à venir. »*

D'un point de vue neurologique, que va-t-il dès lors se passer dans le cerveau de vos élèves ? Vu qu'ils ont déjà dit *OUI* mentalement aux deux premières déclarations, leur esprit inconscient va automatiquement faire une **connexion** et dire *OUI* à cette troisième déclaration. Même si, il n'y a aucune connexion logique entre cette suggestion et les deux premières déclarations préalables.

Et c'est là toute la beauté de ce genre de technique. Vous pouvez glisser discrètement un **ordre indirect** dans l'esprit de votre interlocuteur à votre avantage. Afin de le préparer rapidement à un terrain favorable pour vos suggestions ou pour vos idées.

Autre exemple intéressant.

Vous êtes dans la peau d'un vendeur d'automobiles d'une grande marque. Vous êtes assis à côté de votre interlocuteur pendant qu'il réalise un essai sur route du modèle qu'il convoite potentiellement. Comment pourriez-vous dès lors utiliser en votre faveur la suggestion hypnotique de type phase - conduite pour amener votre interlocuteur dans un état d'esprit favorable à une vente rapide ? Lisez plutôt.

*- **TANDIS QUE** vous regardez la route, assis à l'intérieur de la voiture **ET COMME** vous ressentez sa puissance pendant que vous conduisez, **CE QUI SIGNIFIE QUE** vous pouvez commencer à imaginer à quel point vous serez fier de la posséder.*

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Dans cet exemple, trois déclarations véridiques aux yeux de votre interlocuteur. Il regarde effectivement la route, assis dans la voiture, et sentant la puissance du moteur pendant qu'il conduit .Ces trois affirmations indiscutablement vraies, sont reliées alors à la suggestion *« CE QUI SIGNIFIE QUE vous pouvez commencer à imaginer à quel point vous serez fier de la posséder. »*

Observez comment ces qautre parties de phrases sont reliées entre elles par un pont linguistique invisible : TANDIS QUE… ET COMME…CE QUI SIGNIFIE QUE.

Reconnaissez-vous les techniques **linguistiques** vues précédemment ? En utilisant ce genre de **pont linguistique**, vous pouvez construire rapidement et simplement des phrases percutantes, qui vont imprégner l'esprit de votre interlocuteur en votre faveur. Afin de le préparer efficacement à suivre vos suggestions.

Nous venons de voir ci-avant, que faire dire mentalement *OUI* à votre interlocuteur successivement est important pour préparer son esprit à être réceptif à vos ordres ou suggestions (d'acheter ou conclure avec vous). Comment pourriez-vous dès lors apprendre à booster ce principe puissant à votre avantage ?

Lisez ce qui suit.

Au lieu d'affirmer la déclaration suivante *« Les gens aiment économiser de l'argent »,* apprenez à dire maintenant *« Les gens aiment économiser de l'argent… VOUS NE TROUVEZ PAS ? »*

Car en procédant de la sorte, vous doublez le *OUI* dans l'esprit de votre interlocuteur. En effet, lorsque vous affirmez d'abord *« Les gens aiment économiser de l'argent »,* son esprit répond forcément *OUI*. En effet, qui ne souhaite pas économiser de l'argent ? Mais lorsque vous affirmez ensuite *« VOUS NE TROUVEZ PAS ? »,* vous ajoutez un *OUI* successif dans son esprit. Comme pour consolider son approbation préalable.

Vous pourriez commencer vos présentations en posant à votre interlocuteur, toute une série de **questions** qui vont conditionner son esprit à vous dire *OUI* avant de lui suggérer d'acheter votre produit ou service. Par exemple.

- Nous sommes bien le 1er octobre, n'est-ce pas? Et vous êtes John Bigoudi, c'est bien cela ? Je suis content de vous rencontrer.

Vous pouvez ensuite continuer à lui poser une série de questions pour renforcer son approbation en votre faveur :

- Les gens aiment se savoir en sécurité de nos jours, non ? Et je sais que vous êtes de ceux qui aiment se sentir en sécurité, n'est-ce pas ?

Enfin, vous pouvez finaliser le travail en implantant ensuite une suggestion hypnotique :

-CE QUI SIGNIFIE QUE vous devenez probablement plus conscients de nombreuses façons dont notre programme électoral X va vous offrir la sécurité que vous méritez, Monsieur Bigoudi.

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Comment utiliser la futur pour mettre quelqu'un en transe… maintenant ? La suggestion du Pont Vers Le futur

Afin d'illustrer cette technique si efficace d'hypnose conversationnelle, laissez-moi vous embarquer par la pensée l'espace d'un instant. Vous souvenez-vous de ce film culte que nous connaissons tous : *Retour vers le Futur* ?

Pendant que vous lisez ces mots, vous pouvez peut-être commencer à laisser dériver votre esprit et vous souvenir des aventures rocambolesques des héros télévisés Marty MacFly et de Doc de la série *Retour vers le futur*.

Qu'est-ce qui rendaient ces aventures si palpitantes et fascinantes ? Je vous le donne en mille : leur capacité à voyager dans le **temps**. Eh bien, je vais vous apprendre à partir d'aujourd'hui à faire voyager vos interlocuteurs dans le temps. Pas de façon réelle bien sûr. Mais par la pensée.

L'objectif ? Il est simple.

Vous êtes parent, infirmière, commercial, médecin, professeur et vous voulez aider la personne à qui vous parlez à dépasser une difficulté, ou encore simplement à la **motiver** ? Avec la technique d'hypnose conversationnelle du **Pont vers le futur**, mobilisez ses ressources inconscientes afin de l'engager à imaginer ses besoins satisfaits dans le futur. Ce faisant, vous orienterez alors naturellement ses pensées en vue d'arriver à satisfaire cet objectif.

Transporter vos interlocuteurs dans le **futur** par l'imagination est un outil très puissant d'influence. Faisons d'ailleurs le test. A quel type de discours de **motivation** cet adolescent serait-il le plus sensibilisé, à votre avis ?

… celui -ci ?

-Tu dois travailler dur et être discipliné afin de réussir tes études. Joue moins à tes jeux vidéo et passe plus de temps dans tes cahiers. Car c'est important d'avoir ton diplôme. Tu es décidément immature. Tu crois que la vie c'est facile. Tu as compris ce que je t'ai dis. Plus de travail dans tes cahiers, et moins de jeu vidéo. Compris ?

…ou celui-là ?

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

-Bien sûr je comprends que tu n'aies pas toujours envie de faire tes devoirs… D'ailleurs à ton âge j'étais un peu comme ça aussi… N'as-tu pas encore réalisé quelle vie trépidante tu pourrais vivre tôt ou tard si tu apprenais un métier bien rémunéré et attrayant… Imagine toi te réveiller dans le futur… Tu te réveilles le matin à côté de ta délicieuse petite amie… Tu rentres dans ta fascinante voiture de sport que tu as pu t'offrir parce que ton métier bien rémunéré te permet de vivre confortablement…

… Et tu réalises aujourd'hui comme c'est exaltant de réellement profiter de la vie… Comme jamais tu ne l'avais imaginé. Parce que tu peux partir en vacances lorsque tu le désires et profiter des plaisirs merveilleux du soleil et de la plage… Et ton job te permet de rencontrer des personnes formidables… Voilà pourquoi tu te sens chanceux parce que la vie t'apporte joie et bonheur… Voilà pourquoi tu es si fier d'avoir pris conscience plus jeune que réussir tes études était important pour toi…. Bien sûr, ce n'était pas si facile tous les jours, mais tu t'es accroché à tes rêves chaque jour. Ce qui signifie que tu récoltes aujourd'hui le fruit de ton travail passé… Cela n'en vaut-il pas la peine ?

A votre avis, quel type de discours pourrait aider cet adolescent à s'engager dans l'apprentissage scolaire? Vous avez compris par vous-même. C'est le deuxième discours qui remporte haut la main tous les suffrages. Pourquoi ?

Pont vers le futur : mode d'emploi

Comment mettre quelqu'un en transe par cette technique d'hypnose conversationnelle est très efficace. Comment ? J'ai parlé à son esprit inconscient. J'ai construis un pont vers le futur. J'ai stimulé sa **neurologie** en lui faisant imaginer un futur où ses **besoins** et désirs seront comblés. Puis ensuite, j'ai attaché un **comportement** souhaitable (apprentissage scolaire) à ces besoins fraîchement stimulés.

La manœuvre est très puissante car elle permet de dépasser les craintes et **résistances** actuelles de cet adolescent. Remarquez comment tout ce que vous avez appris jusqu'à maintenant s'enchaîne dans cet exemple. Avez-vous reconnu l'utilisation des **mots hypnotiques** ? Avez-vous reconnu l'utilisation des mots de liaison ?

Commencez-vous à percevoir les nouvelles **possibilités** qui s'offrent à vous lorsque vous communiquerez avec vos interlocuteurs ? Prenez-en conscience. Il est tout à fait possible de

savoir comment hypnotiser quelqu'un et l'influencer positivement. De façon totalement invisible. Lors d'une simple discussion.

Eh bien vous pouvez à partir d'aujourd'hui apprendre à faire voyager vos interlocuteurs et clients dans le **futur**. Là où leurs besoins et désirs profonds seront satisfaits. Grâce à vos idées, conseils, ou suggestions. Et le plus beau dans l'histoire c'est que ce stratagème hypnotique permet habillement de contourner les résistances, les objections et craintes de votre interlocuteur.

Exemple de Pont vers le futur en hypnose conversationnelle

Vous souhaitez apprendre l'hypnose conversationnelle et savoir comment hypnotiser ? Je serai donc bien avisé de vous dire ceci. Observez la façon dont j'utilise les mots hypnotiques afin de construire ces phrases.

« Tandis que vous lisez ces lignes, assis(e) dans votre fauteuil ou sur votre chaise, sans doute que vous pouvez commencez à vous imaginer d'ici quelques temps… Vous êtes devenu peu à peu un expert en hypnose conversationnelle….Bien sûr, tout ne s'est pas fait du jour au lendemain, mais vous vous êtes accroché… Et vous savez maintenant comment hypnotiser quelqu'un et l'influencer positivement… Votre capacité à convaincre et à créer des liens avec les autres est devenue une seconde nature…

…Ce qui signifie qu'au fond de vous même, à un certain niveau, vous pouvez déjà anticiper cette fierté légitime qui est peut-être déjà en train de monter en vous-même… Vous respirez et vous réalisez combien cette nouvelle capacité fait de vous quelqu'un de spécial…Et c'est vrai, lorsque vous vous rendez quelque part, l'attitude des autres a changé à votre égard…. Vous êtes devenu populaire, votre avis compte désormais… Et la façon dont vous lisez ces mots me montre que vous êtes désormais de plus en plus déterminé à créer de la valeur autour de vous…
…Que ce passerait-il si vous appliquiez désormais cette nouvelle capacité dans vos relations, au travail, avec vos amis ou votre épouse… Voilà pourquoi vous pourriez-vous retrouver en train d'expérimenter tôt ou tard … Ce doux sentiment de certitude qui monte de plus en plus en vous, alors que vous terminez de lire cette phrase… »

Vous le voyez à travers cet exemple, comme j'utilise la technique du pont vers le futur, couplé au **langage hypnotique**. N'ai-je pas activé vos cinq sens, stimulé votre imagination,

crée des associations dans votre esprit et distrait votre attention de façon très stratégique ? L'important est de bien fractionner vos phrases, en laissant des silences d'une seconde tous les 5 à 8 mots.

Appuyez le sens des mots. Mettez du sens et de **l'emphase** sur les mots importants. Entrainez-vous et servez-vous de cet exemple. Tôt ou tard, vous réaliserez que saurez comment hypnotiser quelqu'un de façon conversationnelle par vos mots. Car l'hypnose conversationnelle, c'est comme le vélo. Plus on pratique, plus on est habille. Et quelque chose me dit que vous savez déjà rouler en vélo, donc…

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Ingrédient n°4 : la voix hypnotique. Sa maitrise est ardemment recherchée des personnes qui se préoccupent de leur capacité à convaincre

Les gens persuasifs utilisent leur voix à leur plein avantage. Les communicateurs passés maître dans l'art de la communication hypnotique parviennent en effet à **capter l'attention** de leur interlocuteur, grâce à leur voix.

Par exemple, vous pouvez réduire votre rythme de diction si vous voulez donner l'impression que vous êtes en train de penser ou analyser quelque chose. Ou augmenter votre rythme de diction, si vous voulez transmettre la passion ou l'enthousiasme à votre interlocuteur.

Les communicateurs maîtres dans l'art de la communication hypnotique savent **mettre l'accent** sur certains mots dans leur message, afin de souligner leur importance. Une phrase simple comme *« Je ne peux pas vous garantir que cette maison... »,* peut avoir beaucoup de significations différentes, selon le mot sur lequel vous avez *appuyé* en particulier.

Remarquez comment la signification de chacune des phrases ci-dessous change, lorsque vous appuyez un mot spécifique.

- ***JE*** *ne peux pas vous garantir que cette maison...* (Mais quelqu'un d'autre peut probablement)

- *Je ne* ***PEUX*** *pas vous garantir que cette maison*...(Je n'en ai vraiment pas la possibilité)

- *Je ne peux* ***PAS*** *vous garantir que cette maison...(*Mais, si vous êtes chanceux, vous pourriez l'obtenir.)

- *Je ne peux pas* ***VOUS*** *garantir que cette maison...(*Pas à vous, mais à quelqu'un d'autre, peut-être)

- *Je ne peux pas vous* ***GARANTIR*** *que cette maison...* (Peut-être que je peux vous garantir quelque chose d'autre.)

Appuyer sur certains mots spécifiques permet d'orienter les pensées et l'attention de vos interlocuteurs, sur ce qui est réellement important, lorsque vous lui parlez. Apprenez à *appuyer* sur ce qui est vraiment important.

<u>Exemple :</u>

-Avez-vous réellement pris conscience en quoi notre service commercial est SI UNIQUE ?

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

En appuyant spécifiquement sur *SI UNIQUE*, vous orientez l'attention de votre interlocuteur sur l'unicité de vos services.

Tonalité de la voix

Votre ton de voix est un outil de persuasion de premier ordre. Vous pouvez **activer un état émotionnel** spécifique grâce à l'utilisation de différentes **inflexions** dans votre voix. Moduler votre voix signifie jouer avec la tonalité de votre voix vers le haut (ascendante) ou vers le bas (descendante). De la sorte, votre voix devient une puissante montagne russe émotionnelle qui tantôt se veut **ascendante** et tantôt **descendante**. Ce qui impacte significativement la façon dont votre discours est perçu par les autres.

Changement de hauteur de voix

Un changement de la hauteur de voix lorsque vous parlez à votre interlocuteur, envoie un signal fort à ce dernier pour lui faire signifier que quelque chose est en train d'arriver. Cette modulation de voix peut donc être utilisée pour souligner l'importance de certains mots. Grâce à une tonalité **ascendante** ou **descendante** sur certains mots; vous pouvez ajouter une signification subtile supplémentaire dans la façon dont votre interlocuteur interprète votre message.

Les tonalités ascendantes

Saviez-vous qu'une inflexion vers le haut (ascendante) ressemble à une **question**, même si vous ne posez pas une question à votre interlocuteur. Cette subtilité communique que vous êtes surpris ou sceptique de ce que votre interlocuteur dit. Ce qui signifie que son état d'esprit se transforme petit à petit afin d'être plus réceptif à votre demande.

Cela ne vous parle pas ? Vous allez comprendre.

Par exemple, imaginez que votre patron vienne un jour vers vous en vous disant qu'il souhaite inviter votre collègue Michel (parmi d'autres collègues) à se joindre à votre équipe. Si vous ne pensez pas qu'il convienne, comment pourriez-vous inciter votre patron à comprendre vote point de vie tout en subtilité ?

Répondez-lui simplement :

« Michel ? », tout en fronçant vos sourcils d'une façon dubitative. Comme si vous vous demandiez *« Je suis confus, pourquoi lui et pas quelqu'un d'autre de bien plus capable ? «*

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Cette manière particulière d'utiliser *les inflexions ascendantes* (questionnement), vous autorise le luxe de ne pas lui demander exactement cela, mais votre expression dubitative montre que vous n'avez pas critiqué votre collègue Michel directement. Tout en incitant subtilement votre patron à reconsidérer vraiment son idée de départ.

Autre exemple :

- Votre idée d'éolienne ne m'intéresse vraiment pas de tout !

-Vraiment pas du tout ? (froncez vos sourcils d'une façon dubitative, puis laissez un blanc de quelques secondes pour obliger votre interlocuteur à remplir le blanc que vous avez laissé)

- Enfin ce n'est pas que ce projet ne m'intéresse pas, mais c'est qu'il existe déjà des centrales nucléaires qui produisent beaucoup d'énergie.

- Comment réagiriez-vous si vous appreniez que notre projet d'éolienne est moins polluant que les centrales nucléaires existantes, mais avec une capacité de production électrique quasi identique

- A quel point sont-elles moins polluantes ?

- Bla bla bla...et patati

Voyez-vous comment j'ai pu désamorcer une situation qui se présentait pourtant mal, en une opportunité de convaincre. Rien qu'en utilisant **l'inflexion** de ma voix. C'est très puissant.

Par exemple, quelqu'un pourrait dire, *« Vous avez garé votre voiture en dehors de l'emplacement autorisé. »*

Vous pourriez dire – si vous étiez de mauvaise foi : *« J'ai garé ma voiture en dehors de l'emplacement autorisé ? »*

Donc, voyez-vous encore comment vous pouvez commencer à impliquer le doute ou lancer une ombre d'un doute dans l'esprit d'une personne.

C'est en fait une astuce très puissante, beaucoup utilisée par les avocats chevronnés dans une salle d'audience. Ceci afin de minimiser des informations adverses, ou de fonder encore un doute sur quelque chose, sans avoir à le dire de façon explicite.

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

La tonalité ascendante, un ascendeur linguistique pour l'engagement.

Une tonalité ascendante dans votre locution ajoute de **l'intérêt** à une phrase. Cette formulation permet d'interroger et provoque un **engagement** de réponse de la part de votre interlocuteur.

Lorsque vous désirez ajouter une tonalité ascendante dans votre phrase, commencez d'une hauteur faible de voix pour remonter subtilement vers la fin de la phrase. En jouant sur les modalités ascendantes de votre voix, vous pouvez subtilement inviter votre interlocuteur à réaliser quelque chose pour vous, en utilisant un fragment de phrase qui contient certains mots à tonalité ascendante.

Par exemple :

- Je me demandais juste... Si tu pouvais peut-être... Venir aujourd'hui à la maison ?

En portant une tonalité ascendante sur le segment de phrase *venir aujourd'hui à la maison*, vous insistez pour que la personne s'engage à vous répondre.

Répétition

Une répétition de la modulation de votre voix (ascendante et descendante), créé comme une sorte de modèle de répétition, qui peut assister sur l'importance de certains mots du message que vous souhaitez faire passer à votre interlocuteur.

Cette répétition de variations de tonalité sur certains mots spécifiques, inclue dans votre discours, peuvent être accompagnées d'un geste de doigt ou de main, afin d'ajouter de l'importance (de l'emphase) sur le point à souligner dans votre discours.

Les tonalités descendantes : ce que vous devez faire maintenant, si vous avez souvent du mal à convaincre votre entourage de vous écouter

Une inflexion à la baisse (descendante) par contre, suggère une **commande**, et peut même être utilisé lorsque vous utilisez une question. De la sorte, vous exposez subtilement un **ordre déguisé** sous forme de question. Par exemple, vous pourriez commander indirectement votre fiston en lui disant d'un ton descendant :

« *Peux-tu nettoyer toute ta chambre s'il-te-plaît.* » (Avec une intonation descendante)

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Remarquez comme cette structure de phrase ressemble en tout point à une question, à part que cette intonation particulière cache un ordre dissimulé.

Tenez, imaginez que vous soyez vendeur de produit hydrofuge pour le bâtiment :

- Et cela coûte cher votre produit x pour déshumidifier ma maison ?

- Seulement 150 euros Monsieur... et peut-être que... vous voulez... que je fasse un essai chez vous gratuitement, afin que vous vous rendiez compte de son efficacité.

Remarquez comme j'ai réussi à transformer une question de type *voulez-vous* en *peut-être que...vous voulez,* tout en descendant ma tonalité. De la sorte, je suggère une sorte de suggestion déguisée sous la forme d'une question. C'est hautement persuasif.

La formulation de type « *peut-être que...vous voulez....»* sous forme de tonalité descendante, est hautement persuasive. Apprenez à l'utilisez dès aujourd'hui.

Une tonalité descendante ajoute de **l'autorité** dans votre phrasé. Il donne d'une certaine façon, un **ordre** qui demande à votre interlocuteur une acceptation sans aucun questionnement. Écoutez un discours militaire. Le ton descendant de la voie d'un général implique de façon subtile une indiscutable autorité.

Pour faire descendre votre tonalité dans vos phrasés, vous avez besoin dans un premier temps de monter le ton de votre voix pour soudainement balancer cette tonalité vers le bas sur un certain mot que vous voulez mettre en évidence. La tonalité de votre locution peut donc monter et descendre plusieurs fois lorsque certains mots-clés doivent être mis en évidence dans votre phrasé.

*« Vous savez, il est maintenant hautement important que vous puissiez… **apprendre votre cours…**sérieusement pour que votre année scolaire puisse se passer sans encombre. »*

Jetez un œil sur cette phrase ci-dessus. Les mots sur lesquels vous désirez insister (les mots en gras) peuvent être soulignés grâce à une infection descendante de votre voix au moment où vous le dites.

Vous pouvez ainsi changer le ton de votre voix dans certains mots de votre conversation et émettre inconsciemment une **commande** à votre interlocuteur sans que celui-ci ne s'en rende compte. Il suffit de ne pas être trop évident. Essayez de changer votre voix dans la mesure où vos auditeurs ne rendent pas compte de votre intention cachée.

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Mais si cet effet d'annonce est discret, cela va-t-il fonctionner ? La réponse est oui; la conscience ne peut pas le détecter, mais leur subconscient oui.

Appuyez réellement le sens des mots

L'une des choses que vous devez apprendre à faire est de rendre votre ton de voix identique à **l'expérience émotionnelle** que vous essayez de transmettre à vos interlocuteurs.

Ce faisant, vous apportez vraiment de la vie à vos mots. Lorsque vos mots prennent vie, les gens qui vous écoutent peuvent réellement faire l'expérience de l'émotion que vous essayer de leur faire passer.

Donc, pour ce faire, je veux que vous *appuuuuuuyyyyiez* vraiment **le sens émotionnel** de vos mots et constructions de phrases.

Vous devez faire en sorte que chaque mot résonne vraiment avec le contenu émotionnel qu'il contient. Pensez à un grand chanteur à voix. Imprégnez-vous de la façon dont il s'y prend pour donner une signification au mot *amour* ou encore *haine*. Les plus grands chanteurs ont cette capacité de faire imprégner leurs mots de leur contenu émotionnel. C'est cela qui crée une **connexion** forte avec leur public.

Amusez-vous avec ces quelques mots :

- Amour

- Répugnance

- Désir

- Conte de fée

- Guerre

Calquez le ton de voix vis-à-vis de l'expérience émotionnelle contenue dans chacun de ces mots que vous essayez de transmettre à vos interlocuteurs. *Appuuuuuuyyyyez* vraiment le sens de chacun de ces mots. Tel un comédien ou un chanteur. Amusez-vous dans les prochains jours à vous exercer sur vos interlocuteurs discrètement. Puis, voyez l'impact que cela procure dans vos interactions avec vos interlocuteurs.

De la pratique, encore et encore !

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Si vous les maitrisez, vous deviendrez un communicateur magnétique et impactant : le rythme & la tonalité

Le prochain sujet important concerne les **tonalités** et le **rythme** de la voix. La première chose que nous allons regarder est de créer un *rythme de transe*.

Pensez à un morceau de musique dont le rythme vous envoûte. A chaque fois que vous écoutez cette musique, vous sentez en vous-mêmes que cela modifie votre état de conscience, parce que cette musique possède un rythme qui vous aspire véritablement.

De la même manière, vous pouvez commencer à parler à un certain rythme, de telle façon que ce rythme commence à modifier la façon dont les autres perçoivent votre discours.

Donc, en changeant les **rythmes** de vos paroles, vous pouvez réellement donner à vos interlocuteurs une indication du moment où ils *doivent* entrer dans un état de tranquillité et de passivité, et quand il est temps d'être parfaitement éveillé et alerte.

Donc, une façon simple de pratiquer cette technique hypnotique narrative est de commencer simplement en frappant sur votre cuisse. Votre main gauche sur votre cuisse gauche, votre main droite sur votre cuisse droite.

Et commencez à taper sur un rythme de **4 temps:** 1-2-3-4, 1-2-3-4, 1-2-3-4, 1-2-3-4. Allez-y quelques secondes. En prenant soin de laisser une pause d'une seconde entre chaque rythme. Ce qui donne le rythme suivant 1 - *(1 seconde d'attente)* – 2 - *(1 seconde d'attente)* - 3 - *(1 seconde d'attente)* - 4.

Allez-y, battez la mesure. Maintenez ce rythme, et la construction de ce rythme, encore et encore, faites-le pendant un certain temps jusqu'à ce que vous vous habituiez à elle physiquement.

Et faites bougez votre corps en harmonie avec ce rythme. Imprégnez-vous de ce rythme physiquement, et pas seulement juste à l'intérieur de votre esprit:

1-2-3-4, 1-2-3-4, 1-2-3-4, 1-2-3-4

Et alors que vous construisez ce rythme, je vous invite à réaliser maintenant le petit exercice qui suit. Prenez connaissance de cette simple phrase :

« Mon chien est vraiment un chien pas comme les autres, car il boit du lait comme les chats. »

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Qu'est-ce que cela donne en utilisant ce découpage rythmique en 4 temps ?

« Mon chien … est vraiment un chien… pas comme les autres… car il boit du lait comme les chats. »

Enoncez maintenant à haute voix, cette phrase en vous synchronisant au rythme de **4 temps**. Utilisez pour ce faire votre main et tapotez-la sur votre genoux afin de battre la mesure L'astuce est de **laisser un silence d'une seconde** minimum entre chaque partie de phrase, comme si chaque partie était une phrase unique. Les silences sont très importants dans la voix hypnotique. Ce sont eux qui créent l'attente dans l'esprit de la personne qui écoute vos paroles. :

« Mon chien …(1 seconde de silence)…*est vraiment un chien* … (1 seconde de silence*)…pas comme les autres…* (1 seconde de silence)…*car il boit du lait comme les chats. »*

Vous maîtrisez le principe de fractionnement de cette phrase ? Parfait. Refaites-en de même avec la phrase suivante :

« Si vous êtes ici aujourd'hui, c'est parce que vous avez laissé vos scepticismes de côté afin de devenir un expert dans la vente hypnotique. »

Je vous laisse le soin de fractionne la phrase en 4 temps :

.....

Expérimentez maintenant à haute voix, cette phrase en vous synchronisant à ce rythme de 4 temps. Utilisez pour ce faire votre main et tapotez-la sur votre genou, afin de battre la mesure. N'oubliez pas de **fractionner** chaque partie de phrase en y incluant un silence de minimum une seconde. C'est à vous. Vous y êtes ?

Maintenant, vous pouvez réellement expérimenter la même phrase avec différents types de rythmes. Vous pouvez expérimenter avec un battement de 3 temps, puis un rythme de 2-temps; vous pouvez expérimenter avec tous sortes de choses différentes.

Reprenons notre phrase suivante :

« Si vous êtes ici aujourd'hui, c'est parce que vous avez laissé vos scepticismes de côté afin de devenir un expert dans la vente hypnotique. »

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Je vous laisse le soin de fractionner la phrase en 3 temps :

.....

Puis en deux temps :

.....

C'est à vous de jouer. Entraînez-vous. Encore et encore. Car c'est très important. Car ce faisant, vous allez développer un **rythme hypnotique** qui va indéniablement "bercer" l'esprit de votre interlocuteur. Un peu comme le bruit des vagues qui vous apaise lorsque vous vous tenez debout un certain temps sur la digue. Prenez le temps de maitriser cette technique car elle est hyper importante dans votre capacité à influencer hypnotiquement vos interlocuteurs.

Amusez-vous dans les prochains jours à vous exercer sur vos interlocuteurs discrètement. Dans le cadre d'un discours, ou d'une prise de parole en public. Idéalement. Puis voyez **l'impact** que cela procure dans vos interactions avec vos interlocuteurs.

De la pratique, encore et encore !

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Ingrédient n°5 : les résistances, comment les contourner et caféiner votre communication

Avez-vous déjà remarqué que faire adhérer les autres à nos idées pourrait se résumer au titre d'un film célèbre *La vie n'est pas un long fleuve tranquille.*

Car bien plus souvent qu'on ne le pense, ce fleuve invisible de la communication est parfois tortueux. Ses eaux peuvent parfois devenir troubles et son fond peut recéler des cailloux tranchants. Cailloux invisibles qui pourraient bien faire chavirer le navire du Christophe Colomb de la communication que vous êtes. Au point de vous faire tomber à l'eau.

Cela vous rappelle t-il vaguement quelque chose ?

« Je n'ai besoin de rien... »

« Je n'ai pas envie d'écouter tes conseils ! »

« Votre produit ne vaut pas un clou. »

« Votre projet ne nous intéresse pas, vous n'avez pas assez d'expérience. »

On parle bien ici d'objections.

Les **objections** sont un obstacle naturel qui se dresse devant le chemin parfois long et tortueux de la communication. Car les objections sont légitimes et naturelles.

En effet, ne sont-elles pas avant tout destinées à vérifier vos capacités de communicant? Ne sont-elles pas aussi formulées afin de faire trébucher les plus *faibles* et à éliminer les moins *pugnaces* d'entre-nous?

Rappelez-vous en début de ce chapitre. Votre mission à partir d'aujourd'hui - si vous l'acceptez - sera de **contourner la garde mentale** rapprochée de vos interlocuteurs pour pénétrer subtilement dans les quartiers privés de l'empereur : leur esprit INCONSCIENT.

Car la garde mentale de son esprit conscient - encore appelé **facteur critique** - est l'obstacle majeur que tout communicant hypnotique a un jour dû affronter dans son parcours vers le succès.

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Les **objections** et **résistances** de vos interlocuteurs peuvent survenir lorsque :

- Votre interlocuteur est inquiet et cherche avant tout à se rassurer. En effet, tout enjeu lié à une prise de décision peut être source d'anxiété *« Ai-je fais le bon choix en me liant à cette personne ? »* ou *« Cela parait trop beau pour être vrai ce truc. »*

- Votre interlocuteur possède en lui de sérieux préjugés sur votre sur vous ou vos idées. Peut-être même possède t-il des croyances psychologique qui le prédisposent de ne pas vouloir suivre vos idées ou suggestions. Et ce, sur des critères purement subjectifs.

- Votre interlocuteur souhaite vous tester afin de savoir ce que vous avez dans le ventre

- Votre interlocuteur ne comprend pas en quoi vos suggestions pourraient satisfaire ses besoins génétiquement programmés.

- Votre interlocuteur se défoule sur vous et vous êtes son exutoire de sa journée morose.

- Votre interlocuteur cherche secrètement à négocier avec vous en voulant obtenir des avantages de votre part.

Vous le constatez par vous-même. Les objections types sont légions. Le **traitement des objections** que nous allons explorer ensemble dans ce chapitre vous contribuer à contourner l'esprit critique de votre interlocuteur.

Et c'est donc à cela que nous allons nous atteler maintenant. La science de l'hypnose dispose de solides techniques invisibles pour apprendre efficacement à détruire les **objections** qui pourraient se dresser sur votre chemin. Vous en avez assez de ramer à contre-courant dans l'art de convaincre ? Alors il est naturellement temps de naviguer toutes voiles dehors et d'explorer ces principes riche en découvertes surprenantes.

Quels sont ces outils destructeurs d'objections ?

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Outil 1 : En le maitrisant, vous constaterez que les autres iront dans votre sens : le paradoxe hypnotique

Il existe un outil très malicieux afin de contourner les résistantes de votre interlocuteur. Ce principe pour traiter avec une personne résistante fonctionne très efficacement. Quel est-il? Apprenez à aller dans un premier temps dans le sens des opinions et des croyances de votre interlocuteur. Mêmes si il ou elle ne va pas dans votre sens au départ. Cela va le déboussoler en votre faveur. **Eloignez-le** dans un premier temps de votre suggestion … pour mieux l'attirer.

Car dans la communication, il n'est pas rare de voir des communicateurs "standards" forcer absolument leur interlocuteur à entrer dans ses plans. Ce qui provoque souvent, vous vous en doutez, l'effet contraire. Vous tirez la corde, votre interlocuteur s'en rend compte, et vous repousse de plus belle.

Apprenez à faire face à des interlocuteurs récalcitrants qui ont l'habitude de dire *NON* et à les pousser loin de vous dans un premier temps. Ce qui les amènera subtilement ensuite à…vous dire OUI. Parce que le seul moyen qu'aura alors votre interlocuteur de vous résister sera… de ne plus vous résister!

L'astuce consiste à effectivement **aller dans le sens** de l'objection de votre vis-à-vis. Ne résistez pas à ses objections. Abondez dans sons sens. De cette façon, la seule option restante à votre interlocuteur, est de résister à votre affirmation, c'est-à-dire d' aller dans votre sens ! En disant cela, vous montrez une grande confiance en vous. Le seul moyen qu'aura alors votre interlocuteur de vous résister sera… de ne plus vous résister!

Exemple :

Imaginez que vous soyez un libraire et que vous savez que vous faites face à un client récalcitrant qui pense que le Lotto est un investissement en pure perte. Commencez donc en lui disant : *« Le Lotto est un mauvais investissement. C'est un très mauvais investissement même. »*

Votre interlocuteur entend ses propres pensées qui sortent de votre bouche. Il n'a pas d'autre choix que d'être d'accord avec vous et d'approuver en hochant la tête.

Ensuite, vous pourriez répondre *« Bien que ce soit un mauvais investissement, le Lotto possède quelques particularités intéressantes. Voulez-vous savoir pourquoi la plupart de vos amis, leurs amis et les amis de leurs amis ont acheté pour des centaines de milliers d'euros*

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

de tickets de Lotto ? Pare ce qu'il suffit d'une fois. Une seule fois et votre vie pourrait prendre une tournure autre. »

Sa **curiosité** piquée, votre interlocuteur écoute maintenant avec une attention soutenue ce que vous allez lui expliquer sur la particularité importante du Lotto : faire rêver.

Si votre interlocuteur vous dit à nouveau, *« Le Lotto est un mauvais investissement tout de même»,* soyez de nouveau d'accord avec l'objection. Ne montrez aucune peur face à l'opposition. Le fait que vous puissiez accepter l'objection montre une grande maturité et une grande confiance en soi. Une fois que vous reflétez cette opposition en la soutenant, continuez à montrer à votre interlocuteur ce qui rend le Lotto si excitant.

Lorsque vous rencontrez une **opposition** ou un décrochage, plutôt que de sauter immédiatement dans le combat argumentaire, allez dans son sens. Cela va le surprendre au plus haut point. Puis tirez lentement mais surement sur la corde pour le rapprocher subtilement de votre idée.

Autre exemple parlant.

Mettez-vous dans le peau d'un coach sportif. Votre poulain refuse d'adhérer à votre suggestion de le coacher mentalement en plus de son entraînement physique.

Votre poulain vous fait face et est résistant à l'idée. Il vous dit alors de but en blanc *« Coach, votre tentative de me faire adhérer à votre idée ne m'intéresse pas du tout. Je cours avec mes jambes et pas avec ma tête ! »*

Que pourriez-vous lui dire pour transformer sa résistance en **curiosité** ?

Vous :

- Peut-être que tu as raison, tu ne pourras peut-être pas profiter des services de ce coach mental pour préparer cette course. Tu n'expérimenteras Peut-être jamais le bénéfice et les avantages que te procurera ce coach mental. Tu seras peut-être toujours à même de renier ces bénéfices pour ta carrière sportive en acceptant les services de ce coach. Je ne sais pas. C'est selon toi…
…Peut-être as-tu trop peur de te permettre d'expérimenter cette nouvelle opportunité de goûter à la victoire. C'est vrai que finalement, tu as raison… Je ne peux pas te recommander ce coach car je pense qu'il ne correspond pas à tes besoins réels. Il t'offrirait plus de victoires et de prestige que tu n'en as réellement besoin. Ceci est peut-être un service pour les sportifs d'un calibre supérieur au tien...

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

- Eh bien sachez coach - contrairement à ce que vous imaginez, j'ai plus d'ambition que vous semblez le penser. Je peux me permettre les services d'un coach mental. Car j'ai vraiment un plan de carrière.

Bingo ! En faisant cela, vous apparaissez comme très honnête. Vous n'êtes pas un pousseur d'idée. Une fois que votre poulain se rend compte que vous n'êtes pas un pousseur d'idées, il n'y donc plus rien pour votre poulain sur lequel résister. Vous ne le poussez pas, et votre poulain n'a pas donc besoin de repousser votre idée.

Si un communicateur standard avait essayé de pousser dans le ses de son idée dès le départ, il pourrait ne pas avoir réussi. Cette subtile méthode douce de *reprendre l'avantage par la suite,* est dans ce cas précis en réalité beaucoup plus efficace qu'une approche de suggestion directe.

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

[8]Outil n°2 : comment contourner les limites et préjugés de vos interlocuteurs : le recadrage

-Oh de toute façon je suis nul en sport…pourquoi est-ce que je commencerais à en faire avec toi ?

- Tu peux me dire ce que tu veux, mais je sais que s'il me gronde, c'est qu'il ne m'apprécie pas ! Il n'y a rien d'autre à dire.

Vous voyez à travers ces deux exemples, qu'une objection est (très) souvent basée sur une **idée fausse** ou un **préjugé**. Observez votre entourage. Les occasions ne manquent pas de constater combien elles sont malheureusement trop présentes dans notre vie quotidienne. Ne le sont-elles pas ?

Cela me fait d'ailleurs penser à l'anecdote suivante. Récemment, je viens de remarquer une publicité qui est passée dans le journal que j'ai l'habitude de lire. Elle est très intéressante pour illustrer la technique du recadrage. Cette publicité illustrée se découvre au fur et à mesure sur plusieurs pages successives du journal. La photo de la première page, montre en grand, un homme avec très peu de cheveux sur la tête.

Il porte un jeans et des bottes. Il a l'air très contrarié, en train de courir sur un trottoir. Cette première perception en moi a été d'ailleurs de me dire *« Oh là, que s'apprête-il à faire ? Il n'a franchement pas l'air commode celui-là ! »* Sur la deuxième photo, il court vers une vieille femme.

On le voit alors la bousculer violemment dans la rue. Apparemment, c'est un voyou qui terrorise une personne âgée ! Vous en conviendrez, il est difficile de percevoir cet homme d'une autre façon que celle d'un voyou…plutôt juste, non ?

Maintenant, tournons la page du journal. Cette fois-ci, c'est encore exactement la même scène qui repasse, mais sous un angle de vue général (un peu comme une caméra qui filme avec une vue globale de la scène). Sur ces images grand-angle, on revoit la vieille dame marcher tranquillement à côté d'un bâtiment en travaux où une bétonnière est sur le point de tomber de l'échafaudage.

Soudainement, la deuxième image nous montre un piéton averti qui se rend compte de la situation dangereuse. Il court héroïquement vers la femme. Et la pousse vigoureusement hors de la zone du bâtiment. Un instant plus tard, la bétonnière tombe au sol, là où la vieille

[8] Le recadrage - Transformer la perception de la réalité avec la PNL, de Richard Bandler et John Grinder, Inter editions

femme se tenait juste auparavant. La personne perçue tout d'abord comme un « voyou » (en première page), vient en fait de sauver la vie de la vieille dame.

En changeant d'angle de vue, les créateurs de cette publicité ont changé le contexte des actes de cet homme. Subitement, ce qui a été perçu auparavant comme typiquement criminel, devient alors quelque chose de courageux et d'altruiste. Ses actes sont transformés, dès lors qu'ils sont reformulés dans un contexte particulier (l'image grand angle). Je suis sûr que vous connaissez bien d'autres exemples de ce genre.

Lorsque vous maîtriserez bientôt la puissance du **recadrage**, vous serez capable de gérer parfaitement les **objections** de vos interlocuteurs. Sans bataille argumentaire ni crispation. Car vous saurez comment faire percevoir vos idées d'une manière totalement nouvelle aux yeux de votre interlocuteur.

Pour vous démontrer l'efficacité du recadrage, lisez donc cet exemple. J'ai eu, il y a quelque temps, un client au téléphone. Il était intéressé par mes services de coaching. C'est alors que survint la question fatidique :

- Et combien est-ce qu'il m'en coûte pour vos services de coaching ?

- Mes tarifs sont de xx euros pour mes services de consultant.

- Vous êtes trop cher pour moi !

<u>Je lui répondis alors, sous forme de recadrage :</u>

- Je peux comprendre que vous considériez que je sois un coach cher. Permettez-moi juste de vous poser une question...

Si votre fils devait subir une opération chirurgicale importante...Choisiriez-vous le chirurgien le moins cher ? Ou celui dont l'expérience précieuse, permettrait à votre fils de retrouver toutes ses capacités physiques ? Maintenant, si mener une vie épanouie et accomplie est quelque chose de vraiment important pour vous…Alors oui, il se peut que je sois COMME ce chirurgien expérimenté…

…Celui qui OPÉRERA de grands changements dans votre vie. Et par rapport auquel, chaque euro investi, vous sera rendu au centuple. Combien vaut pour vous, l'idée de vivre en étant débarrassé de cette timidité qui vous cloue sur place sur le chemin du renouveau dans votre vie ? IMAGINEZ-VOUS dans un an, lorsque vous épaterez votre entourage,

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

grâce à votre nouvelle confiance en vous...JUSTE PARCE QUE vous avez pris la bonne décision de me faire confiance aujourd'hui ?

Je vous assure que ce client fut très surpris de cette réponse. Mieux, il me dit :

- *Euh...c'est vrai, je n'avais pas vu cela comme cela ! Hum, c'est vrai, alors...euh...bon, disons que je pourrais éventuellement faire une petite exception à mon budget serré. Car j'aurais vraiment besoin de vos services.*

Voyez-vous la puissance de ce recadrage ? En quelques phrases bien placées, je l'ai invité gentiment à reconsidérer son objection sous un angle nouveau (souvenez-vous, l'exemple de la publicité dans le journal). Car c'est bien cela qui caractérise la redoutable efficacité de l'art du recadrage.

Maintenant, entre-nous, j'imagine que vous aimeriez en savoir un peu plus, non ? Car imaginez ce que cette technique très efficace va pouvoir faire pour vous dans votre vie. Imaginez son indispensable utilité dans votre façon **d'influencer** les autres à suivre vos idées et vos suggestions. N'est-ce pas merveilleux ?

Alors continuons.

Dans l'exemple que je vous ai donné ci-dessus, j'ai pu *recadrer* l'objection de mon client en changeant **le contexte** selon laquelle son objection envers moi était fondée (dans ce cas-ci, son objection de base était que je lui coûtais trop cher. Cette objection était sans doute basée sur le fait que mon client avait un besoin très fort d'épargner et d'économiser).

En lui *offrant* une **analogie** - celle du chirurgien - mon client avait alors reconsidéré que ce qui était cher à ses yeux ne l'était plus, si ce que je pouvais lui offrir pourrait lui être d'une grande valeur. Son objection fut donc revue sous un angle nouveau ! Commencez-vous à comprendre l'art du recadrage ?

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Comment apprendre à construire des recadrages, simplement :

1. Identifiez une plainte, une réticence ou un problème venant de votre interlocuteur, avec la structure :

« Je ressens [X] quand [Y] arrive ».

(Exemple : *« Je ressens de la colère quand il ne m'aide pas »* ou *« Je ressens de la frustration quand je fais des erreurs »)*

2. Ensuite, demandez-vous : *« Qu'est-ce que ce (Y) peut signifier d'autre ? »,* « *Qu'est-ce que ce (X) peut signifier d'autre ? »* ou *« Qu'est-ce que cette situation peut signifier d'autre ? »*

Ou encore, demandez-vous : *« Comment ce (X) ou ce (Y) peut-il être réinterprété ? »*

Lorsque vous découvrez et créez un moyen de **changer le contexte** sur lequel l'objection de quelqu'un est fondée, cela modifie la façon dont il la perçoit. Pouvez-vous commencer à imaginer les possibilités nouvelles que le recadrage vous offre dans vos relations avec les autres ? Utilisez-le dès aujourd'hui, car c'est un formidable instrument qui va vous aider à influencer les autres.

Car entre-nous, qui ne s'est jamais retrouvé en panne d'arguments, face à certaines personnes qui ont tendance à vous intimider ou à vous critiquer ? Et sans avoir l'état d'esprit nécessaire pour y faire face avec sérénité et aplomb ?

Tenez, par exemple, j'ai entendu un jour une réticence de la part de l'un de mes proches :

« Je suis soucieux. Qu'arrivera-t-il si je forme mon personnel et qu'il part ? »

Ce que je lui avais dit (comme recadrage, sous forme de plaisanterie) :

« Encore pire, qu'arrivera-t-il si tu ne formes pas ton personnel… et qu'il reste ? »

Vous auriez dû voir sa tête ! Quelques secondes après, il plaisanta, en me disant ceci :

« Oh c'est vrai, je n'avais pas vu cela sous cet angle ! Vite, il faut que je commence à les former alors ! »

Finalement, pour ces premiers exercices simples de recadrage, écrivez une liste d'objections ou de plaintes que l'on vous fait fréquemment, dans tous les domaines possibles de votre vie. Et créez un certain nombre de **reformulations** contextuelles pour chacune d'elles.

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Ensuite, attendez - en vous réjouissant déjà à l'avance - la prochaine fois où quelqu'un vous offrira une objection ou une réticence !

Par exemple :

« Je me sens contrarié(e) lorsque je vois le bazar que mes enfants ont mis. »

Exemple de recadrage :

« Un peu de désordre est un petit prix à payer pour avoir des enfants heureux. Et je sais que la chose la plus importante à tes yeux est de les voir heureux...donc le (petit) désordre qu'ils ont mis, est-il finalement si problématique, avec un peu de recul ? »

Alors, une fois que vous avez compris comment faire, commencez à rechercher chaque jour, des possibilités d'utilisation de reformulations du contenu.

Un autre exemple :

Votre amie se plaint auprès de vous :

« Lorsque mon père me reproche de ne pas m'appliquer assez à l'école, cela me fait perdre la confiance que j'ai en moi ! »

Recadrage possible :

« Que se cache t-il derrière l'apparente hostilité de ton père ? Ne serait-ce pas juste une façon maladroite de te dire qu'il sait que tu es capable de faire mieux ? Parce qu'il a conscience de ton vrai potentiel ?»

Un deuxième exemple :

Votre fils vous dit :

« J'ai peur de la réaction des autres si je devais échouer à cet examen…Donc je ne le passe pas. »

Recadrage possible :

« C'est vrai, si tu passes cet examen, il y a peut-être une chance sur deux que tu le rates. Mais si tu ne le passes pas, il y aura 100% de chances que tu le rates. Et je suis sûr que tu ne veux pas passer le restant de tes jours à te demander ce qu'il se serait passé si tu l'avais fait… le veux-tu ?

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Et je suis sûr, que tu ne veux pas non plus passer le reste de ta vie à avoir des regrets. Parce que cet examen est la porte d'entrée d'un avenir meilleur pour toi. Comme par exemple, avoir un bon salaire. Pouvoir te payer les choses dont tu as envie. Pouvoir voyager…non vraiment, fais-le ! Passe-le ! Et ainsi, tu mettras toutes les chances de ton côté. Après tout, tu as déjà réussi des challenges dans ta vie…alors pourquoi pas celui-là ? »

Un quatrième exemple :

« Je ne crois pas en l'existence des extraterrestres. »

Recadrage possible :

" Oh, tu ne crois pas en l'existence des extraterrestres. Ok, tu ne vois pas l'air qui t'entoure, n'est-ce pas ? Pourtant il existe bien. Donc il se pourrait bien que les extra-terrestres existent. Si tu crois que l'air existe sans le voir, pourquoi en serait-il autrement pour la vie extraterrestre ?

Un cinquième exemple :

J'ai créé il y a quelques temps un recadrage, afin de convaincre l'un de mes proches, à reconsidérer son point de vue par rapport à l'utilité de la police. Je vous le partage.

- Stéphane, savais-tu que la police est comme le système immunitaire de notre corps ?

- Ah oui et pourquoi ?

- Et bien, elle traque et chasse les dangers et les menaces de notre société. Avant que ceux-ci ne mettent à mal son équilibre. Donc, puisque toute chose qui tend à développer notre système immunitaire est bonne pour nous. Il est donc très important de donner les moyens nécessaires à la POLICE pour continuer à nous protéger de la meilleure façon qu'il soit !

Interprétation :

En utilisant cette **métaphore** du *système immunitaire*, je parviens subtilement à *faire glisser* ma suggestion dans le subconscient de mon proche Car le subconscient de la personne à influencer, **associe** automatiquement le rôle crucial du système immunitaire (ce qui est indéniablement vrai), avec le rôle crucial que joue la police. En utilisant cette métaphore, il devient beaucoup plus facile de faire passer mon message à une personne qui pourrait penser que la police est inutile. Ou qu'elle coûte trop cher.

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Outil 3 : En prenant cet aspect particulier du langage en considération, vous n'aurez aucun mal à développer votre capacité de persuasion: le langage de confusion hypnotique

- Je n'aime pas les produits français. Moi j'achète allemand monsieur. Comprenez-vous bien ? Moi j'achète allemand monsieur. Comme ça c'est dit. Vous comprenez monsieur que moi j'achète allemand.

- Oui mais c'est-à-dire que si vous me permettez j'aimerais vous présenter un produit qui…

- Ça ne m'intéresse pas monsieur car comme je vous l'ai dit, je n'aime pas les produits français. Moi j'achète allemand monsieur. Comprenez-vous bien ? Moi j'achète allemand monsieur. Comme ça c'est dit. Vous comprenez monsieur que moi j'achète allemand?

- Oui mais peut-être seriez-vous intéressé par…

- Blabla blala….

De cette discussion au relent métaphysique, vous avez sans doute appris deux choses. La première, c'est que si vous étiez dans la peau de ce commercial, vous vous retrouveriez face à un moulin à parole qui ne vous permette pas d'en placer une. La seconde chose, c'est que ce brave moulin à parole aime acheter… allemand. Ça vous l'avez compris.

La vente, tout comme les autres domaines de vie passent parfois par ce genre d'obstacle. Eh oui, il se peut que vous tombiez sur des interlocuteurs **bornés** aux **préjugés** tenaces et solides. Car l'esprit humain est ainsi fait.

Car l'exemple que je viens de vous énumérer ci-dessus pourrait être facilement applicable à tous les domaines de la vie. Familial, sentimental ou que sais-je encore.

L'objection type que vous venez de lire ci-dessus est relativement commune. Un peu comme si les pensées de votre interlocuteur ci-dessus ressemblaient à un hamster mental qui tourne sans fin dans sa cage. Encore et encore, en boucle. Parce que cela n'a l'air de rien. Mais il est difficile d'arrêter un hamster fou qui cours dans sa cage, vous ne trouvez pas ?

Vous admettez facilement que face à une mitraillette **d'objections**, il est difficile de sortir la tête hors de l'eau. Beaucoup de communicateurs standards pourraient sortir vaincus de ce genre de **combat verbal**, avant même d'avoir pu argumenter quoi que ce soit.

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Mais la bonne nouvelle, c'est que le vendeur hypnotique que vous êtes en passe de devenir va ici apprendre une technique étonnante pour définitivement broyer toute **objection** à laquelle vous ferez désormais face dans vos communications.

Que diriez-vous d'apprendre à faire momentanément taire le *hamster mental* de votre interlocuteur et à le rendre **confus** et **surpris** l'espace d'un instant. Ce faisant, vous allez parvenir à *neutraliser* son **processus de pensée** habituel. De façon à créer dans l'esprit de votre interlocuteur une porte mentale ouverte. Porte mentale ouverte qui vous offrira l'occasion de faire percevoir vos idées ou suggestions d'une façon nouvelle et avantageuse.

En d'autres mots, vous allez rouler **l'esprit critique** de votre interlocuteur de façon étonnante et astucieuse.

Le langage possède un pouvoir insoupçonné qui peut-être utilisé de façon judicieuse pour activer une zone précise du cerveau de votre interlocuteur - l'amygdale - qui sèmera momentanément une brève confusion dans son esprit.

Et cette **confusion** momentanée va vous permettre de glisser subtilement une suggestion qui atterrira directement dans son **esprit inconscient**.

Car l'esprit humain n'aime la confusion. L'esprit est en recherche perpétuelle de **sens**. L'état de transe est donc un stratagème naturel que votre interlocuteur utilisera à son insu pour *sortir* de cette confusion momentanée. Souvenez-vous de l'exemple que je vous avais fait partager sur mon ami John. Il réagit comme un automate au coup de klaxon aussi soudain qu'inattendu d'un automobiliste, en lui faisant un signe de la main alors qu'il ne le connaissait même pas. Plutôt curieux, tout cela, non ? Pas tant que cela en fait.

Mon ami John fut confus pendant quelques secondes, et cette confusion momentanée a provoqué chez lui une transe hypnotique légère. Transe hypnotique qui a largement suffi à étouffer son facteur critique et à le faire automatiquement réagir par un signe de la main au klaxon de l'automobiliste.

Geste qu'il n'aurait évidemment pas réalisé s'il n'avait pas été décontenancé par le coup de klaxon.

Je ne vous en voudrais pas si - pendant que je vous écris- vous commenciez à réaliser à quel point cette astuce pourrait transformer vote façon de communiquer à vos interlocuteurs bornés et récalcitrants.

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Mettez-vous à la place de Monsieur Zino, sympathique vendeur d'appareils électroménagers qui fait face à un client hésitant. Se cachant derrière l'éternelle excuse du prix trop élevé. En me mettant à la place de ce brave monsieur Zino, voilà comment je pourrais utiliser le langage de confusion hypnotique à mon avantage.

Lisez attentivement la mise en situation qui suit, voulez-vous :

- Je suis peut-être intéressé par votre article… mais cinquante euros, c'est cher !

- Je comprends. A quel point est-ce trop cher ?

- Mmmm… pardon ?

- Au delà du fait que vous ne soyez pas d'accord d'... ACHETEZ CET ARTICLE... Qu'est-ce qui se situe... En dessous de ce que vous imaginez... Et qui soit loin de la façon habituelle.... De considérer ce prix... Ce qui veut dire… Jusqu'à quel point êtes-vous donc prêt à… PAYEZ… moins pour en obtenir plus ?

- Ben heu, je suis confus sur ce point.

- Pendant que vous me regardez, debout en face de moi, et tandis que je vous parle… Avez-vous déjà considéré n'importe quelle moindre chose que ne pas… ACHETEZ CET ARTICLE… Pourrait-ne pas rendre votre vie plus simple ?

-Heu…heu c'est-à-dire que…

- Considérez donc seulement quoi que ce soit d'autre que de ne pas… ACHETEZ CET ARTICLE… seulement jusqu'au point où vous pourriez envisager de le… POSSÉDEZ.

- Bon hé bien… Je pourrais peut-être finalement me décider après tout.

Echec et mat. Observez bien la réaction de votre interlocuteur. Pendant quelques secondes, son esprit va **tourner dans le vide,** tel à un hamster courant dans sa roue. A la recherche de sens. Son regard va devenir gazeux et vide. Ses **résistances** vacillent.

Il est affaibli. Vos suggestions invisibles éclatent sa carapace fissurée. Votre suggestion hypnotique vient de faire mouche.

Comme M. Zino, aimeriez-vous apprendre à utiliser le pouvoir de ces mots hypnotiques ? C'est ce que nous allons voir maintenant. Prenez le temps de bien assimiler cette matière. Car votre investissement en sera largement récompensé. En devenant un redoutable

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

manieur de mots hautement stratégiques, votre faculté à toucher les cœurs et les esprits vont atteindre un niveau réellement supérieur. Alors allons-y. Vous devez savoir premièrement que le **langage hypnotique de confusion** se divise en plusieurs sous-catégories de techniques. C'est ce que nous allons voir maintenant.

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Le langage d’expansion de l'esprit

C'est un langage spécifique créé par le célèbre hypno thérapeute Igor Ledochowsky. Ce langage particulier a pour objectif de provoquer la **confusion** de l'esprit, grâce à des notions contradictoires de **temps**, **d'espace** et de **possibilités**. Si je vous demande par exemple *« quand êtes-vous heureux ? »*

Votre esprit, va alors commencer à scanner dans votre mémoire et ressortir les moments particulièrement heureux de votre vie.

Maintenant imaginez que je vous dise *« Quand êtes-vous heureux... Quel que soit le moment... Mais maintenant... Quel que soit l'endroit... mais ici... »*

Là, cela se complique carrément pour mon esprit, qui essaie tant bien que mal de se raccrocher à ce qu'il peut. Votre esprit, lorsqu'il est exposé à ce genre de phrase se retrouve un peu comme un hamster dans une roue en train de tourner dans le vide. Pourquoi ? Car je crée un paradoxe dans votre esprit en vous rappelant vos moments heureux. Quel que soit le moment... Mais maintenant.

D'un côté, votre esprit est *étiré* par la possibilité d'être heureux à tout moment. Mais d'un autre, je lui rappelle que ce moment heureux est *maintenant*. Votre esprit se *contracte*. Etiré, contracté, plutôt paradoxal, non ?

C'est un peu comme si votre esprit était baladé dans tous les sens dans l'espace et dans le temps. Résultat, il ne sait plus à quoi s'accrocher. Il ne possède plus de point de référence. Ce qui le rend **confus** momentanément.

Imaginez maintenant la situation suivante. Vous souhaitez convaincre votre chérie qu’il serait judicieux de placer votre argent commun dans un nouveau fonds d'investissement chez votre banquier. Mais votre chérie semble fermée comme une huître à votre proposition.

- 2500 euros de placement minimum, c'est cher ! Dit-elle fermement

Utilisons le langage d’expansion de l'esprit, et voyons voir ce que cela donne :

- Je comprends chérie… (pause) ...considère seulement quoi que ce soit d'autre qui ne soit pas ceci... (pause) ..... Seulement jusqu'au point où..(pause) ... Tu considères totalement cet investissement d'une façon nouvelle

-.Euh...ben euh...c’est-à-dire que….

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Je serais prêt à parier mon pantalon que c'est le genre de réaction à laquelle vous pouvez vous attendre en utilisant ce genre de phrase. Pourquoi ? Parce que l'esprit - lorsqu'il est soumis à ce genre de **paradoxes** - ne sait pas sur quel terrain il peut s'accrocher. Résultat : l'esprit de votre interlocuteur commence à tourner comme hamster dans sa roue.

Car là encore, je crée une sorte de **terrain glissant** dans l'esprit de la personne. Elle ne sait pas où se raccrocher. Ce qui est très déstabilisant pour elle. Vient alors le moment de déployer vos arguments ou votre science du recadrage, comme vu récemment. Profitez-en car son esprit critique est mis sous silence. La porte de son esprit vient de s'ouvrir.

Stimulez peut-être aussi alors ses **besoins** génétiquement programmés, comme vu auparavant dans ce livre. Votre travail d'argumentation commence donc maintenant. Tout argument un minimum logique et censé de votre part devrait faire mouche. Car son **facteur critique** est mis sous silence pendant momentanément. Cela va créer une sorte de porte d'entrée mentale dans l'esprit de votre interlocuteur. C'est le moment de vous y engouffrer.

Vous remarquerez une fois que vous maitriserez ces techniques, une chose particulièrement importantes. Laquelle ? Les combats verbaux auxquels vous avez peut-être déjà été confronté pour faire passer vos message ou faire respecter vos opinions seront beaucoup plus rares qu'auparavant ….

Structure de langage « d'expansion de l'esprit » :

Les éléments interprétés de ma part ci-dessous se basent sur le travail pionnier de [9]Higor Lechodowsky en matière de langage hypnotique : *Mind Bending Language.*

Le paradoxe de temps :

- À tout moment... Mais maintenant…

- Quel que soit le moment... Mais maintenant…

Le paradoxe de lieu :

- Quel que soit le lieu... Mais ici…

[9] The Deep Trance Training Manual: Hypnotic Skills, de Igor Ledochowski, Crown House Publishing

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

- Seulement ici... Partout... Mais ici…

Le paradoxe d'identité :

-Et quoi que ce soit... Mais ça…

Le paradoxe de possibilités :

-Comme ceci... Et de quelque façon que ce soit…

Les prédicats spatiaux :

- Au-delà de...

- En dehors de...

- Mis à part...

- En dessous de...

- Loin de....

- Au dessus de…

- A côté de…

Les prédicats de temps :

- Déjà…

- Encore….

Les prédicats de comparaison:

- Autre…..que...

-Moins…. que

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

- Plus….. que…

- Aussi…..que

Les prédicats de graduation :

- Jusqu'au point ou....

- Totalement...

- Complètement...

- Seulement….

Les prédicats contradictoires :

- Moins....plus….

Les prédicats d'identité:

- Tout

- Chacun

- Seul

Exemple 1:

- Votre prix est trop cher !

*- **Au-delà** de ce prix ...(pause) ... **Quoi d'autre** n'avez-vous pas considéré… (pause) ... Qui se situe **en dehors de** ce scepticisme... (pause) ... **seulement jusqu'au point** où vous considérez ce prix... (pause) ... Sous un angle nouveau... (pause) .... **comme ceci**… (pause) ... et **de quelque façon que ce soit**... (pause) ... **mais seulement ça** ?*

Exemple 2 :

- Je ne suis absolument pas d'accord avec toi !

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

*-**Au-delà du** fait que tu ne sois pas d'accord avec moi... (pause) ... Qu'est-ce qui se situe **en dehors de ce** que tu penses... (pause) ...Et qui soit **loin de** la façon de considérer ce problème ?*

Exemple 3:

- Je n'ai pas de temps à consacrer à ce projet !

*-**En dehors du** fait que vous trouvez ce projet trop couteux en temps... (pause) ... qu'est-ce qui vous fait penser que vous pouvez en obtenir **plus**… (pause) ... tout en vous investissant **moins** ?*

Exemple 3:

- Je n'arriverai jamais à retenir cette matière, laisse tomber !

*- **Toutes** les matières que tu penses connaître... (pause) ... sont **moins** importantes **que** les choses que tu n'as pas **encore** découvertes auparavant... (pause) ... Ainsi la recherche de **chacune** de **toutes** les choses que tu ne connais pas **encore**... (pause) ...est **tout** ce qui rend ton savoir beaucoup plus performant.*

NOTE : Dans les quatre cas ci-dessus, **observez** la réaction de votre interlocuteur. Dans les quatre exemples, son expression du visage va vous indiquer que son esprit est momentanément confus. Voici alors le moment de sortir vos arguments en stimulants ses besoins dans le but d'impacter votre interlocuteur. Ou encore d'utiliser votre expertise du recadrage afin que votre interlocuteur perçoive vos idées, votre message ou votre demande d'une façon nouvelle à votre avantage.

Prenez le temps de bien **fractionner** vos phrases, lorsque vous utilisez ce genre de technique. Ce faisant, la structure hautement hypnotique de vos paroles auront d'autant plus d'impact sur autrui.

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Les mots à double négation :

Vous l'avez découvert au point précédent. Le langage peut-être un instrument puissant pour semer la confusion et la surprise dans l'esprit de votre interlocuteur.

Et donc, neutraliser momentanément son **esprit critique**. Voyons voir maintenant un deuxième moyen de créer une légère confusion dans l'esprit de votre interlocuteur. Apprenons à utiliser les mots à double (ou triple) négation.

Ce faisant vous parvenez à devenir habille dans l'art de créer une légère **confusion** dans l'esprit de votre interlocuteur. Ses défenses mentales sont alors affaiblies et il est alors temps de recadrer ses objections sans que son esprit critique ne vienne y mettre son grain de sel.

Le langage à double négation est une arme redoutable de confusion, utilisez-le dès présent pour influencer vos interlocuteurs. Tenez par exemple, si je vous dis *« Je ne possède pas une voiture ne me permets pas de ne pas de ne pas rouler plus de 180 kilomètre/heure. »*

Comment votre esprit peut-il analyser la chose ?

Ai-je, ou n'ai-je pas réellement une voiture ? Si oui, me permet-elle ou pas de rouler plus de 180km/heure ? Votre esprit essaie de trouver à sens à ce qui vient d'être dit. Votre esprit rentre alors dans une confusion momentanée, le temps que vous retrouviez vos esprits.

Voici quelques exemples de langage à **double négation** que vous pouvez utiliser dans toute situation afin de surcharger l'esprit de votre interlocuteur. La raison ? L'inviter subtilement à reconsidérer votre idée ou message d'une façon nouvelle et avantageuse.

Votre enfant :

- Tu sais maman, je ne suis pas sûr que ce fruit que tu essayes de me faire mettre en bouche soit à la hauteur des exigences de mon palais...il n'a pas l'air d'être très beau.

*-C'est plutôt étonnant ce que tu me dis car cela me rappelle une personne qui me disait souvent étant enfant...Qu'au **PLUS** tu goûtes les choses... au **PLUS tu ne peux PLUS vouloir ne pas**... les apprécier de plus en plus. Ce qui signifie que ce fruit que tu ne goûtes **pas** encore ne te montre peut-être **pas** encore qu'il n'est **pas** ô combien délicieux. »*

Votre enfant :

... vide de quelques instant pendant que son esprit tente de sortir de la confusion dans laquelle vous l'avez précipité subtilement.

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Vous :

Vous lui tendez directement le fruit dans la main :

- Tiens et dis-moi si ce fruit n'est pas le fruit le plus juteux que tu n'aies jamais goûté de ton existence...

Il y a de fortes chances que votre enfant va prendre votre fruit et le goûter. Sans poser de questions. Comme vous lui avez demandé. Pourquoi ? Car la confusion momentanée dans laquelle vous l'avez embarqué l'a mis dans une transe hypnotique instantanée.

Et l'a donc fait automatiquement réagir à votre suggestion. A la fois verbale. Et non-verbale (vous lui tendez le fruit pour qu'il le prenne).Après bien entendu, c'est la qualité et la saveur de votre fruit qui fera la différence. **Ce genre de technique verbale est très puissant lorsqu'elle est utilisée avec discernement. Apprenez à en faire bon usage lorsque le contexte vous le permet.**

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Les mots générateurs de confusion

Vous saisissez maintenant le principe. Continuons notre découverte avec le langage générateur de confusion.

Le langage de **confusion** peut être également une phrase qui - sortie de son **contexte** - perd tout son sens. En effet, sortie de son contexte, une juxtaposition de mots peut devenir cause de confusion momentanée pour la personne qui l'entend. C'est à ce moment précis que vous pouvez donc inciter votre interlocuteur confus à suivre votre suggestion. Ou encore à lui faire reconsidérer votre offre sous un jour nouveau (et plus avantageux).

Un exemple vaut mieux que mille mots, non ?

Imaginez que vous souhaitiez sensibiliser votre quartier sur l'importance du covoiturage, plutôt que l'utilisation de la voiture individuelle lors de déplacements professionnels en voiture.

Votre voisin :

- Oh vous savez, je ne pense pas que ce nouveau modèle utilisation de la voiture soit réellement pour moi...

- Ce que vous dites est intéressant et vous pouvez...considérez ce à quoi vous ne pensez pas tout de suite....

Votre voisin :

... vide de quelques secondes le temps que son esprit tente d'analyser le sens de la phrase et tente de le sortir de cette confusion momentanée

Vous :

-C'est amusant, comme il est parfois facile de changer d'opinion, ne trouvez-vous pas ? Tenez, j'avais pendant longtemps l'habitude de penser pendant des années que je détestais les champignons. Jusqu'au jour où j'ai finalement réalisé que j'aimais cela. Et vous pourriez très bien ressentir la même chose pour cette voiture.

Présentez donc votre suggestion et invitez votre interlocuteur à **reconsidérer votre idée** sous un jour nouveau. Profitez-en. Son esprit critique est mis en veilleuse momentanément.

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Ces juxtapositions de mots confusants encourage votre interlocuteur à commencer réaliser une **introspection** de ce qu'il ressentira lorsqu'il aura acheté votre produit ou service. C'est très puissant lorsque utilisé avec discernement et dans le bon contexte.

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Outil 4 : Des outils indispensables afin que les autres ne vous disent plus jamais « jamais » : les quantifieurs universels

- JAMAIS je ne suivrai de cours de natation

- UNCUN de vous n'est capable de comprendre le problème de mon business

- Je reçois TOUJOURS des bonbons chez mamie est pas chez nous, tu es méchante !

Le communicateur que vous êtes fait-il parfois face à ce genre **d'objections** ? Allez, disons-le tout de suite, cela vous est déjà arrivé, non ? Car c'est bien là le quotidien difficile du communicateur qui s'en va sur le chemin périlleux de l'art de convaincre avec finesse.

Alors, que répondez-vous d'habitude à ce genre de paroles qui peuvent être réellement déstabilisantes ? Pas si simple, vous ne trouvez pas ?

Voilà un moyen très efficace de contourner ces objections typique. En y regardant de plus près, qu'ont ces 3 objections en commun ? On y retrouve des mots comme *JAMAIS*, *TOUJOURS* et *AUCUN*, tous trois faisant partie de ce que l'on appelle dans le jargon hypnotique, des **quantifieurs universels**.

Apprenez dès aujourd'hui à identifier les quantifieurs universels qu'utilisent parfois vos interlocuteurs afin de vous paralyser ou vous mettre dans l'embarras. Puis utilisez ces propres mots pour les retourner en quelque sorte contre lui. Illustration ci-dessous.

Si votre interlocuteur vous rétorque: *«Je reçois TOUJOURS un rabais chez vos concurrents lorsque j'achète des plantes. »*

Regardez directement votre interlocuteur et dites-lui de façon étonnée *« TOUJOURS ? »* Exagérez le mot *« TOUJOURS ? »,* et **élevez** le ton de la voix à la fin de transformer ce mot en une question. Ne soyez pas surpris si votre interlocuteur surpris et décontenancé par votre question, vous réponde *«Eh bien, pas toujours, mais presque toujours. »*

Ah ! Vous venez de marquer un point. Vous l'obliger à se dévoiler un peu. Continuons la démonstration. Commencez votre travail d'investigation en lui posant cette question exploratrice :

« À quand remonte la dernière fois où vous avez acheté des plantes sans obtenir de rabais chez nos concurrents ? »

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Vous êtes maintenant sur la bonne voie pour faire cette vente. Découvrez pourquoi votre interlocuteur - bien que n'ayant pas eu de rabais, ait quand même acheté chez vos concurrents lors de ses ces achats précédents.

Demandez donc à votre interlocuteur quels sont les **critères de décision** qui l'ont poussé à acheter sa dernière plante sans rabais. Et ensuite redéployez la même logique ou les mêmes critères d'achat si possible en faveur de votre service. Si par exemple un échantillon de terreau gratuit avait été donné à votre interlocuteur lors de son dernier achat sans rabais, donnez à votre tour aussi un échantillon gratuit de terreau si vous le pouvez. Si le précédant vendeur de plantes l'a longuement conseillé pour faire son achat, donnez à votre tour de précieux conseils à votre interlocuteur pour qu'il puisse acheter la plante qui lui convienne le mieux.

Vous saurez alors comment l'amener à **faire l'exception** encore une fois aujourd'hui pour acheter cette plante chez vous, même sans rabais.

Vous saisissez le principe ?

A chaque fois que vous entendez l'un de vos interlocuteurs vous objecter avec des mots comme «jamais» ou «toujours» ou «rien», recherchez systématiquement l'exception en lui demandant: *«Y a t-il eu un moment où vous avez fait .... Une exception à cette règle? »* Si vous avez fait un bon travail, votre interlocuteur admettra qu'il y a eu des moments où il a fait une exception à la règle. Quand vous savez comment et pourquoi il a fait l'exception, vous saurez comment l'amener à faire l'exception encore une fois aujourd'hui en votre faveur.

Comment ? Avec l'étape ci-dessous. En effet, à cette dernière étape de ce protocole d'hypnose conversationnelle, nous allons utiliser la technique de **calquage et conduite** (vue déjà auparavant dans ce livre) pour conditionner neurologiquement notre interlocuteur à nous dire *OUI*.

Bien. A ce stade, vous savez exactement quel sont les **critères de décision** de votre client qui le motivent à prendre une décision (dans ce cas-ci, acheter une plante sans rabais). Nous allons donc lui rappeler, en utilisant la technique de **calquage et conduite**.

L'objectif ? Créer un cadre hypnotique de **consentement** dans son esprit. Ceci afin de lui suggérer subtilement qu'acheter ses fleurs chez vous, sera quelque chose qu'il pourrait finalement envisager.

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Par exemple :

Monsieur Bigoudi, permettez-moi de vous rappeler vos critères de décision afin de clarifier si je vous ai bien suivi… la dernière fois où vous avez acheté une plante sans rabais, c'est parce que premièrement… un échantillon de terreau gratuit vous avait été offert lors de votre dernier achat sans rabais…c'est bien cela, non ? Ensuite… le précédant vendeur de plantes vous a longuement conseillé pour faire votre achat, si je ne me trompe ? Et bien… je vous offre à mon tour un échantillon gratuit de terreau, si vous vous décidiez à … ***ACHETEZ AUJOURD'HUI****… Bien sûr avant d'…* ***ACHETER CETTE PLANTE****…Vous aimeriez sans doute recevoir de précieux conseils afin que vous puissiez…* ***ACHETER LA PLANTE****… qui vous convienne le mieux, non ?*

A ce stade, je crée un cadre de consentement afin de lui faire dire Oui mentalement. Le but étant d'abaisser son facteur critique pour ensuite lui suggérer la possibilité d'achat de façon élégante. Ceci, grâce à des **commandes hypnotiques invisible** (vues déjà auparavant dans ce livre), qui contournent son facteur critique conscient et pénètrent directement son esprit inconscient.

Avez-vous remarqué cher, lecteur, grâce à l'hypnose conversationnelle et à ses techniques de contournement d'objections, il est tout à fait possible de transformer un *Non* en *OUI*, pas à pas. Entrainez-vous à suivre ce canevas, et progressez dans l'art d'apprendre l'hypnose conversationnelle au quotidien.

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Outil n°5 : L’outil que vous devez absolument maîtriser- il rendra vos points de vue 100 fois plus écoutés : les questions destructrices d'objections

Vous l'avez très certainement vécu dans votre vie. Les **craintes**, les doutes, les **objections** et les incertitudes de votre interlocuteur sont des obstacles sur le chemin de l'influence. En apprenant à connaître toutes les craintes et les doutes de votre interlocuteur, vous posséderez la capacité peu commune de détruire les obstacles qui pourraient interférer sur le chemin de l'adhésion.

Les questions *destructrices d'objections* ont comme objectif de vous aider à obtenir des informations précieuses sur lesquelles travailler pour rassurer votre interlocuteur afin de le garder sur le chemin de la l'adhésion à vos idées ou à vos produits.

Voici les principales questions "destructrices d'objections que vous pouvez utiliser pour dissiper les craintes et les doutes de votre interlocuteurs en vue d'obtenir leur adhésion.

« Pourquoi pensez-vous cela? »

« Qu'est-ce qui vous fait dire cela ? »

« Que se passerait-il si vous croyiez quelque chose de différent à propos de mon idée ? »

« Y a t-il quelque chose qui vous empêche de prendre une décision aujourd'hui? »

Sa réponse vous permet d'identifier les **obstacles** et objections que vous devez prendre en compte pour obtenir son adhésion. Et, si vous parvenez à répondre à cette objection, vous pouvez alors obtenir son *oui* parce que votre interlocuteur a laissé entendre que ce sont les seules choses qui l'empêchent potentiellement de prendre la décision *d'acheter* votre idée.

Quand ils donnent une **justification** vis-à-vis de leurs objections, creusez dans leur raisonnement et obligez vos interlocuteurs ou client à justifier leur objections. Sondez leurs hypothèses et faites-les réfléchir sur les **présupposés** et **croyances** incontestées sur lequel ils fondent leurs objections. Cela va les déstabiliser en votre faveur.

« Quelle est la principale préoccupation qui vous trotte encore au moment de prendre cette décision ? »

Il est intéressant de noter que cette question sous-entend que votre interlocuteur n'a qu'une seule préoccupation principale. Cela peut devenir une prophétie auto-réalisatrice si votre

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

interlocuteur répond à la question telle qu'elle a été posée. A ce stade, après avoir répondu à ses craintes et interrogations, posez-lui tout de suite après la question suivante :

« Est-ce la seule chose qui vous retienne ? »

Si la réponse de votre interlocuteur est *OUI*, vous avez alors de bonnes chances d'entendre un grand *OUI*. Cela signifie qu'il ne reste qu'une question à traiter. Si par contre sa réponse est négative, vous avez trouvé **l'objection finale cachée** qui vous sépare de l'adhésion de votre interlocuteur.

L'hypnose conversationnelle en action, exemple de cas concret à l'université

Imaginez-vous quelques secondes dans la peau d'un recteur d'université qui doit prendre des mesures afin de réduire les coûts de fonctionnement. Vous faites ainsi à votre conseil d'administration. Vous avez préalablement développé un rapport hypnotique de confiance. Vous avez suscité leur intérêt. Mais soudain, quelque chose semble bloqué dans l'esprit de vos collaborateurs. Ils semblent soucieux. Vient alors le moment des sortir vos **questions destructrices d'objections**.

- Quelle est la principale préoccupation qui vous trotte encore en tête à propos de l'achat de ce nouveau système de vidéo conférence dans tous nos amphithéâtres ?

- A vrai dire, même si nous avons conscience que votre proposition est fondée, nous n'avons pas encore balayé toutes nos craintes concernant le retour sur investissement ne s'est achats très coûteux

- Je comprends votre crainte. C'est pourquoi voici un rapport complet de l'année 2015 sur les avantages engendrés par leur l'insertion de ce genre de vidéo conférence que la prestigieuse université de XX a déjà décidé d'installer au sein de ces amphithéâtres.

- Le rapport est intéressant. Cela est rassurant en effet.

- Est-ce la seule chose qui vous retienne ?

- A vrai dire, il existe d'autres moyens 10% moins cher que ce genre d'appareils de vidéoconférence, dans ces conditions nous hésitons encore pour voter en faveur de votre projet."

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

- Et bien, demandons une ristourne de 10 % pour l'achat groupé de ces vidéoconférences. Comme cela pour le même prix, vous bénéficiez d'une qualité technique plus importante dont bénéficieront les élèves. Qu'en pensez-vous ?

- Ok nous pouvons envisager d'aller dans ce sens.

Les réponses cumulées que votre interlocuteur vous fournit grâce à vos questions *destructrices d'objections*, vous permet de cerner les dernières craintes et **objections** cachées jusqu'ici. Et donc d'adapter votre offre afin de mettre votre interlocuteur dans votre poche.

Continuons notre exemple, et commençons à insérer la technique de **calquage et conduite** dans la conversation, afin de rendre notre approche de plus en plus hypnotique. L'objectif ? Conditionner la **neurologie** de vos interlocuteurs, afin d'influencer leur esprit inconscient à dire *OUI* à notre proposition :

-Bien, j'aimerais à ce stade, récapituler la situation… afin de savoir si j'ai bien compris votre demande… si je comprends bien, vous souhaitez balayer toutes vos craintes concernant le retour sur investissement de cet achats très coûteux, c'est bien cela ?… vous souhaitez un appareil fiable, pas trop coûteux… et sur lequel vous souhaitez avoir la maîtrise du coût, n'est-ce pas ?.. et bien après avoir… ACHETEZ LE NIKON 2580 IX… vous réaliserez tôt ou tard que cet appareil…était sans doute un maître achat… et d'ici quelques temps, vous vous sentirez réassuré d'une chose… vous pourriez vous retrouver avec la certitude d'avoir pris la bonne décision…

L'objectif de cette nouvelle étape est de créer du **consentement** dans leur esprit, en leur faisant dire mentalement *oui* à ce que je leur dis, pour finalement, suggérer l'achat du Nikon 2580 IX. C'est la technique d'hypnose conversationnelle de calquage et conduite.

La touche finale est de leur faire imaginer dans le **futur**, leurs besoins satisfaits, et le soulagement d'avoir pris une bonne décision. On utilise pour cela la technique d'hypnose conversationnelle du **Pont vers le futur** (déjà vu auparavant).

L'hypnose conversationnelle, par cet exemple, nous montre que devenir stratégique dans notre façon de communiquer, peut nous rendre beaucoup plus influent. Tout en entretenant des relations gagnants-gagnants avec les autres. La clé de toute interaction est là.

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Les questions mobilisatrices en hypnose conversationnelle, un exemple d'efficacité pour transformer un non en oui

Parfois, le **scepticisme**, la résistance et l'inertie de vos interlocuteurs peuvent être de véritables sapeurs d'engagement. Vous pouvez alors les aider à transformer leur scepticisme ou anxiété en mobilisant leurs ressources afin de les engager à imaginer leur besoins satisfaits. Ce faisant, vous orienterez alors naturellement leurs pensées en vue de les engager vers votre produit ou votre idée.

Des mots comme **comment**, quel(le), de quoi, quoi, qu'est-ce qui sont des mots qui – lorsque bien utilisés – orientent les pensées de votre interlocuteur en vue de mobiliser ses ressources vers votre objectif.

– Qu'est-ce qui vous permettait de savoir que vous pourriez changer de fournisseur actuel y pour notre fournisseur X ?
– A votre avis, quelles nouvelles capacités pourriez-vous atteindre grâce au nouveau stimulateur musculaire X ?
– De quoi auriez-vous besoin pour reconsidérer votre position à propos de notre projet X ?
– Comment pourriez-vous tirer dès à présent un avantage considérable sur… Si vous maîtrisiez ces techniques de questionnement hypnotique ?

En pratiquant de la sorte, vous activez subtilement la **neurologie** de votre interlocuteur de façon stratégique. L'objectif étant de mobiliser ses ressources afin de corriger la trajectoire et transformer progressivement, un « non » en « oui ». Tel un commandant d'un navire, corrigez la direction que prend la discussion, et placez le navire dans la bonne direction du « oui ».

Pensez-y. Et apprenez à maîtriser l'art du **questionnement** stratégique. Initiez-vous à cette technique d'hypnose conversationnelle par l'un ou l'autre exemple que je vous ai montré dans cet article. Entrainez-vous, encore et encore. Et devenez un Sherlock Olmes de la communication d'influence.

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Les questions mobilisatrices, ou comment transformer une objection en intérêt

Parfois, le **scepticisme**, la **résistance** et **l'inertie** de vos interlocuteurs peuvent être de véritables sapeurs d'engagement d'achat. Vous pouvez alors les aider à transformer leur scepticisme ou anxiété en mobilisant leurs ressources afin de les engager à imaginer leur besoins satisfaits. Ce faisant, vous orienterez alors naturellement leurs pensées en vue de les engager vers votre produit ou votre idée.

Des mots comme *comment, quel(le), de quoi, quoi, qu'est-ce qui* sont des mots qui - lorsque bien utilisés - orientent les pensées de votre interlocuteur en vue de mobiliser ses ressources vers votre produit ou service.

- Qu'est-ce qui vous permettait de savoir que vous pourriez changer de fournisseur actuel y pour notre fournisseur X ?

- A votre avis, quelles nouvelles capacités pourriez-vous atteindre grâce au nouveau stimulateur musculaire X ?

- De quoi auriez-vous besoin pour reconsidérer votre position à propos de notre projet X ?

- Comment pourriez-vous tirer dès à présent un avantage considérable sur .....Si vous maîtrisiez ces techniques de questionnement hypnotique ?

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Ingrédient 5 : le cold reading, ou comment lire en l'autre, comme dans un livre ouvert

L'hypnose conversationnelle, on se demande souvent comment faire pour l'apprendre simplement. Pas si simple, au premier abord, non ? Pourtant, alors que vous êtes en train de lire le début de ce paragraphe, vous pourriez tôt ou tard, vous trouvez en train de charmer les personnes que vous voyez pour la première fois. Et générer une forte attraction chez tous ceux qui vous entourent… même si vous êtes débutant. Comment ?

Grâce à cette stratégie d'hypnose conversationnelle, utilisant la formule hypnotique **A.C.S** - et combinée au **cold reading** - vous apprendrez comment développer votre leadership. Créer un état de suggestibilité chez votre interlocuteur. Tout comme activer son imaginaire et générer un lien indéfectible de confiance entre l'autre et vous. Voilà pourquoi, comment faire de l'hypnose conversationnelle dans vos conversations quotidiennes deviendra une chose naturelle et intuitive, pas à pas.

Etape 1 : créer une connexion avec l'autre en utilisant le cold reading pour « lire dans sa pensée»

Apprenez à créer rapidement un lien de **confiance**, tout en attisant la curiosité de votre interlocuteur, en lui exprimant une qualité qui se dégage de lui. Par exemple, vous pourriez dire à une personne avec qui vous avez envie de créer un lien :

« Je ne vous connais pas encore bien, mais vous donnez l'impression d'être à la fois une personne douce, mais forte et déterminée à la fois… »

« Nous sommes en train de parler ensemble, là ici dans cette brasserie… et je sens que vous dégagez quelque chose de sensible, tout en dégageant une belle confiance en vous…. »

L'objectif de cette première étape de la formule **A.C.S** de l'hypnose conversationnelle ? Captiver **l'attention** de la personne avec qui vous parlez. Apprenez à développer votre intuition et observez finement votre interlocuteur. **Observez** discrètement ses gestes, son langage verbal, son allure générale et ses micro-expressions du visage. Que pouvez-vous lire en lui ? Que vous disent ses vêtements ? Son look ? Ses attitudes ? Son expression du visage ? Sa coiffure ?

Etape 2 : approfondissez votre cold reading pour « lire dans sa pensée», en utilisant une métaphore

Après cette première étape essentielle, vous savez utiliser l'hypnose conversationnelle et comment faire pour capter subtilement l'attention de votre interlocuteur. Parfait, maintenant, approfondissez la **connexion** à l'autre en continuant à « lire dans ses pensée », avec une **métaphore** qui symbolise votre ressenti positif vis-à-vis de votre interlocuteur.

« Quand je vous vois comme ça, là…et après avoir écouté votre historie personnelle ….ça me fait un peu penser à l'image d'un pur-sang, qui attend dans son box non sans une certaine frénésie, juste quelques instants avant la course, que la grille de départ s'abaisse. Afin de foncer vers la victoire…»

Etape 3: Créer un état de suggestibilité chez l'autre par une question

Arrivé à ce stade, et après avoir **capté l'attention** de votre interlocuteur, vient maintenant le temps de contourner son **facteur critique** en le plaçant dans un état de suggestibilité. Comment ? Les **questions** sont un excellent moyen de plonger l'autre à l'intérieur de lui-même, en le questionnant sur ses besoins et ses valeurs. Nous sommes à l'étape C, de la formule **A.C.S** de l'hypnose conversationnelle.

Ajoutez-y une pincée de langage hypnotique de **confusion**, et votre interlocuteur va rapidement montrer des signes de **transe hypnotique** légère. Son regard va devenir plus flou, sa respiration va se modifier. De même, ses gestes ralentissent pour devenir quasi immobiles.

- Je vous écoute depuis quelques minutes là, en face de vous… et tandis que vous me parlez… Je sens qu'il y quelque chose d'important pour vous, qui ne demande qu'à vibrer… et qui semble encore portant encore bloqué ? Qu'est-ce qui se situe en dehors de ce blocage….et qui soit loin de cette façon habituelle de considérer ce challenge qui vous préoccupe… jusqu'au point où vous allez…vous placer à côté de ces valeurs fortes qui ne demandent qu'à s'exprimer….à travers vos choix de vie…, Et tôt ou tard, attiser cette flamme créatrice… qui ne demande qu'à brûler en vous, même, n'est-ce pas ?

Etape 4: Stimuler l'inconscient de votre interlocuteur

A cette étape, vous savez comment faire pour utiliser l'hypnose conversationnelle et contourner l'esprit critique de votre interlocuteur. Vous avez créé un état de **suggestibilité** chez la personne avec qui vous êtes en train de converser. Bien. Stimulons alors maintenant ses **ressources** inconscientes. Comment ? En le faisant voyager dans le futur. Là où ses besoins et ses valeurs seront satisfaits. Devenez le Marty Mc Fly de la conversation hypnotique (pour ceux qui sont fans de *Retour vers le Futur* ☺)

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Et contribuez subtilement, à ouvrir son esprit à de **nouveaux choix** de comportement et de prise de décision au quotidien. C'est la lettre S de la formule **A.C.S** de l'hypnose conversationnelle. Nous lui dirons donc par exemple….

- On ne se parle que depuis 10 minutes maintenant… et c'est marrant comme tôt ou tard… vous pourriez vous retrouver déjà… en train de vous imaginer d'ici quelques temps… admettons que vos besoins et vos valeurs soient comblés… vous êtes maintenant à même d'exprimer toutes vos qualités trop longtemps inutilisées… vous êtes aujourd'hui à un tournant de votre vie… admettons que vos relations aux autres ont changé… vous qui avant étiez hésitant dans vos décisions de vie… vous vous ouvrez aujourd'hui à de nouveaux horizons….

… Admettons que la route de votre vie est maintenant dégagée… et vous prenez des décisions qui ont du sens… car vous êtes animé par de valeurs fortes au quotidien… et beaucoup de choses ont changé… et vous sentez que quelques chose en vous là... quelque part… brûle… comme une lanterne qui scintille… et qui fait battre votre cœur plus fort… désormais…

N'est-ce pas là cher lecteur, un bel exemple de comment faire de l'hypnose conversationnelle pour transformer n'importe quelle conversation, en rencontre qui a du sens ? Comment pourriez-vous dès lors, utiliser cette stratégie **A .C.S** de l'hypnose conversationnelle, combinée au **cold Reading**, pour tisser rapidement des liens de confiance. Ainsi qu'une connexion forte aux autres ? Je vous laisse le soin d'utiliser tout cela de façon à créer de la valeur autour de vous, naturellement.

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Ingrédients n°6 : Les phénomènes hypnotiques, un stratagème génial du célèbre Milton Erickson pour impacter votre communication

Cher lecteur, réjouissez-vous. Car ce que vous allez apprendre ici va définitivement consolider les apprentissages que vous venez d'assimiler jusqu'à maintenant dans ce livre.

Distorsion du temps, régression et progression en âge, **dissociation**... Vous allez apprendre à utiliser à votre avantage les phénomènes hypnotiques pour *orienter* les pensées, perceptions et sentiments de vos interlocuteurs. Et vous réaliserez tôt ou tard que ces nouvelles connaissances acquises vont se révéler vraiment avantageuses pour communiquer avec eux de façon hypnotique.

Voyons maintenant le premier phénomène hypnotique que vous allez pouvoir utiliser à votre avantage dans toutes vos communications : la distorsion du temps.

Qu'est-ce donc la distorsion du temps ?

Ne vous est-il jamais arrivé de lire un livre passionnant des heures et des heures durant, pour vous rendre compte subitement que… *« Mon dieu que le temps est passé si vite ! J'étais tellement absorbé par cette fascinante histoire que j'en ai perdu mes repères. »*

Et bien, les personnes rompues à la communication hypnotique savent mieux que quiconque, comment utiliser la distorsion du temps en leur faveur. Apprenez donc à utiliser la distorsion du temps pour faire en sorte que vos présentations d'une heure semblent être perçues comme brèves et fascinantes.

Vous pourriez également utiliser la **distorsion de temps** afin de *ralentir* une courte présentation afin que votre interlocuteur pressé puisse ingurgiter une énorme quantité d'informations en seulement quelques minutes, sans se sentir pressé par le temps qui passe.

Dans votre prochaine communication vous pourriez par exemple utiliser la distorsion du temps au tout début de votre présentation :

- Cette rencontre avec untel va être l'un des plus excitants moments que vous ayez vécu dans votre carrière. Je vous garantis que vous serez fasciné par les bénéfices que vous allez découvrir à propos de cette nouvelle collaboration et réaliserez que le temps va filer à toute vitesse. Commençons maintenant !

En faisant cela au début de votre présentation avec un ou des interlocuteurs, vous allez subtilement transformer votre interlocuteur distant ou désintéressé en interlocuteur impatient

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

et curieux. La subtilité est très intéressante. Car elle permet de créer une attente positive dans son esprit. Bien sûr, en orientant votre interlocuteur à ressentir que le temps filera à toute vitesse durant votre présentation, vous allez subtilement planter un drapeau mental dans son esprit. Lequel ? Votre présentation sera fascinante et géniale.

Une utilisation plus subtile et plus puissante de la distorsion du temps consiste à amener votre interlocuteur à vous parler par exemple d'une expérience très agréable, qu'il ou elle a eu dans son passé.

Cela pourrait être un film fascinant vu récemment, ou un livre qu'il vient de lire. Ou peut-être encore brèves vacances trépidantes qu'il ait passé récemment. Retenez bien l'astuce. Pendant que votre interlocuteur vous parle de cette expérience, il ou elle sera en train de la revivre par le biais de son imagination.

Alors que votre interlocuteur est en train de finir son histoire, vous commencez alors à observer ses **émotions** passées revenir à la surface. Commencez alors à effectuer discrètement une transition vers une discussion vis-à-vis de votre idée ou demande. Que va t-il alors se passer dans l'esprit de votre interlocuteur ?

Votre interlocuteur va alors inconsciemment **associer** son état émotionnel positif récent à votre idée que vous êtes en passe de lui présenter. Dans ce cas, votre interlocuteur aura le sentiment que la présentation qu'il est en passe de vivre sera également fascinante et va filer aussi à toute vitesse.

Vous le voyez par vous-même. La **distorsion du temps** est très intéressante pour que vos présentations soient perçues comme étant un moment excitant filant à toute vitesse. N'est-ce pas ce que vous désirez ?

Oui mais que se passe t-il si jamais je ne dispose que de quelques minutes pour faire ma présentation ? Et bien la distorsion du temps fonctionne également dans l’autre sens.

Vous est-il déjà arrivé par exemple de vous retrouver face à un interlocuteur visiblement pressé par le temps pendant que vous lui exposez les avantages de vos idées ou projets ? Vous répondez oui ? Cela n'est pas étonnant. Car de plus en plus nous vivons dans une époque qui considère le temps comme une denrée rare. Tout va de plus en plus vite.

Vos interlocuteurs dans leur majorité, sont en effet naturellement pressés par le temps.

Apprenez donc dès aujourd'hui à utiliser la distorsion du temps afin d'aider vos interlocuteurs à prendre le temps de ralentir. Ce qui signifie que si même vous ne disposez que de peu de

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

temps pour réaliser votre présentation, vous pouvez exposer votre idée ou demande sans vous sentir pressé par votre interlocuteur qui se soucie du temps qui passe trop vite. Un interlocuteur pressé est-il réellement un interlocuteur attentif ? Poser la question, c'est déjà y répondre. Offrez-lui les moyens de le débarrasser de sa nervosité. Libérez-le de la mise sous pression qu'exerce le temps à son insu.

Comment le faire ralentir ? C'est simple, regardez attentivement votre client, souriez-lui et d'une voix sereine et calme, et dites-lui :

*- Détendez-vous. Nous pouvons prendre le temps de… **RALENTIR**… En quelques petites minutes, je vais vous présenter tous les avantages considérables de ce nouveau projet qui rendra la vie du quartier beaucoup plus agréable.*

Puis, d'une voix sereine, commencez votre présentation. Concentrez-vous vraiment sur les avantages uniques de votre projet. Evitez le superflu.

Ajoutez un ou deux témoignage forts de projets ou idées similaires qui ont déjà fait leurs preuves dans d'autres villes du monde. C'est tout ce que votre interlocuteur a besoin d'entendre

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

La régression et la progression en âge.

Concentrons-nous maintenant sur le deuxième phénomène hypnotique que vous pourriez utiliser dans vos présentations: [10]la **régression** et la **progression** en âge. Afin d'illustrer ce qu'est ce phénomène hypnotique si particulier, laissez-moi vous embarquer par la pensée l'espace d'un instant. Vous souvenez-vous de ce film culte que nous connaissons tous : Retour vers le Futur ?

Pendant que vous lisez ces mots, vous pouvez peut-être commencer à laisser dériver votre esprit et vous souvenir des aventures rocambolesques des héros télévisés *Marty MacFly* et de *Doc* de la série *Retour vers le futur.*

Qu'est-ce qui rendaient ces aventures si palpitantes et fascinantes ? Je vous le donne en mille : leur capacité à voyager dans le temps. Eh bien, je vais vous apprendre à partir d'aujourd'hui à faire voyager vos interlocuteurs dans le temps.

Pas de façon réelle bien sûr. Mais par la pensée. L'objectif ? Il est simple.

Aider votre interlocuteur ou client à transformer son scepticisme ou anxiété en mobilisant ses ressources afin de l'engager à imaginer ses besoins satisfaits dans le futur. Ce faisant, vous orienterez alors naturellement ses pensées en vue de les engager vers votre produit ou service.

Transporter vos interlocuteurs dans le futur par l'imagination est un outil très puissant d'influence. Faisons d'ailleurs le test. A quel type de discours de motivation cet adolescent serait-il le plus sensibilisé, à votre avis ?

… celui -ci ?

-Tu dois travailler dur et être discipliné afin de réussir tes études. Joue moins à tes jeux vidéo et passe plus de temps dans tes cahiers. Car c'est important d'avoir ton diplôme. Tu es décidément immature. Tu crois que la vie c'est facile. Tu as compris ce que je t'ai dis. Plus de travail dans tes cahiers, et moins de jeu vidéo. Compris ?

…ou celui-là ?

-Bien sûr je comprends que tu n'aies pas toujours envie de faire tes devoirs… D'ailleurs à ton âge j'étais un peu comme ça aussi… N'as-tu pas encore réalisé quelle vie trépidante tu pourrais vivre tôt ou tard si tu apprenais un métier bien rémunéré et attrayant… Imagine toi

[10] Traité pratique de l'hypnose Broché – 1 mars 2006, de Milton H. Erickson

te réveiller dans le futur… Tu te réveilles le matin à côté de ta délicieuse petite amie… Tu rentres dans ta fascinante voiture de sport que tu as pu t'offrir parce que ton métier bien rémunéré te permet de vivre confortablement...

... Et tu réalises aujourd'hui comme c'est exaltant de réellement profiter de la vie… Comme jamais tu ne l'avais imaginé. Parce que tu peux partir en vacances lorsque tu le désires et profiter des plaisirs merveilleux du soleil et de la plage… Et ton job te permet de rencontrer des personnes formidables… Et tu te sens chanceux parce que la vie t'apporte joie et bonheur… Voilà pourquoi tu es si fier d'avoir pris conscience plus jeune que réussir tes études était important pour toi…. Ce qui signifie que tu récoltes aujourd'hui le fruit de ton travail passé… Cela n'en vaut-il pas la peine ?

A votre avis, quel type de discours pourrait aider cet adolescent à s'engager dans l'apprentissage scolaire? Vous avez compris par vous-même. C'est le deuxième discours qui remporte haut la main tous les suffrages. Pourquoi ?

J'ai parlé à son **esprit inconscient**. J'ai construis un **pont vers le futur**. J'ai stimulé sa neurologie en lui faisant imaginer un futur où ses **besoins** et désirs seront comblés. Puis ensuite, j'ai attaché un comportement souhaitable (apprentissage scolaire) à ces besoins fraîchement stimulés.

La manœuvre est très puissante car elle permet de dépasser les **craintes** et résistances actuelles de cet adolescent. Remarquez comment tout ce que vous avez appris jusqu'à maintenant s'enchaîne dans cet exemple. Avez-vous reconnu l'utilisation des mots hypnotiques ? Avez-vous reconnu l'utilisation des mots de liaison ?

Commencez-vous à percevoir les nouvelles possibilités qui s'offrent à vous lorsque vous communiquerez avec vos interlocuteurs ? Prenez-en conscience.

Eh bien vous pouvez à partir d'aujourd'hui apprendre à faire voyager vos interlocuteurs et clients dans le futur. Là où leurs besoins et désirs profonds seront satisfaits. Grâce à vos idées, suggestions ou services.

Et le plus beau dans l'histoire c'est que ce stratagème hypnotique permet habillement de contourner les **résistances** et craintes de votre interlocuteur.

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

La revivification d'expérience émotionnelle, ou comment parler « à l'enfant enfoui » qui sommeille en chaque adulte

A contrario, que diriez-vous maintenant de retourner dans le **passé** ? Cela vous tente ? Eh bien je vous propose maintenant d'…*arrêter un instant…* et permettez à votre esprit de vous laisser dériver doucement vers une époque lointaine. Vous vous souvenez de votre enfance à l'époque ou vous croyiez aux super héros ? Vous faisiez des rêves sur ce que serait votre vie : un super pompier invincible combattant le feu. Ou encore un astronaute qui touche les étoiles. Ou peut-être enfin un super héro aux super pouvoirs qui arrête les méchants.

Vous vous allongiez le soir dans votre lit, vous fermiez les yeux et vous y croyiez dur comme fer. Le pompier, le super héro, ils étaient si réels en vous-même que vous auriez pu sentir leur pouvoir dans vos petits muscles.

Ainsi donc, c'est ce sentiment si particulier que vous pourriez ressentir lorsque vos super pouvoirs de communicateur hypnotique influencera vos interlocuteurs les plus récalcitrants. Ce qui signifie que si vous continuez à lire ce livre vous réaliserez tôt ou tard que votre faculté à obtenir des autres ce que vous désirez prendra une nouvelle dimension.

3…2…1..allez reprenons contact avec la terre ferme et revenons dans la peau de l'adulte que vous êtes. Ici et maintenant. Ce petit retour en arrière vous a t-il fait comprendre là où je voulais en venir ?

Vous l'aurez deviné, en vous remémorant un moment de votre **passé**, j'ai fait remonter à la surface de votre conscience, des sentiments et émotions liés à ces **souvenirs positifs** enfantins. Puis voyez-vous comment j'ai profité de l'occasion pour subtilement associer ces sentiments positifs de l'enfance aux émotions que vous pourriez ressentir bientôt en tant que communicateur hypnotique.

Cette **régression** dans votre passé enfantin est une méthode extrêmement efficace. Elle vous offre l'opportunité d'amener votre interlocuteur de revivre aujourd'hui une émotion de son passé à laquelle vous associez votre idée ou votre message.

Découvrez quelques exemples de cas concrets dans la vente.

<u>Exemple 1</u>

- Vous souvenez-vous de ce que c'était lorsque petit, vous aviez reçu votre premier cadeau du Père Noël?

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

- Bien sûr. C'était à Noël quand j'avais 8 ans ans. J'avais reçu un magnifique circuit électrique. Je l'avais alors installé dans le salon et j'y avais joué pendant des heures ! Cette nuit-là, j'étais tellement excitée, de ce cadeau du Père Noël que je pouvais à peine dormir !

- Vous avez huit ans… vous recevez un magnifique circuit électrique… et cette nuit-là, vous êtes tellement excité de ce cadeau du Père Noël que vous ne pouvez à peine dormi… waouh… c'est magique…

N.B: Remarquez comme je fais écho maintenant aux sentiments de mon interlocuteur en reflétant fidèlement par la parole ce qu'il ressentait il y a quelques années (j'utilise les verbes au présent).

… Et, je pense que vous allez ressentir ce même sentiment d'excitation quand vous posséderez ce nouveau quad. C'est le jouet ultime pour le grand enfant que vous êtes !

Deuxième exemple

- Vous rappelez-vous de ce que c'était, quand petit, vous alliez manger des cookies délicieusement préparés avec amour chez votre grand-mère ? Vous souvenez-vous quand vous pouviez vous laissez caresser par l'arôme envoutant du chocolat fondu sortant du four ? Vous souvenez-vous lorsque votre grand-mère vous dorlotait avec ses croissants dorés sortant du four ? Ainsi donc vous pouvez à nouveau ressentir cette sensation exaltante maintenant. Grâce au stage « Cuisine de grand-mère », vous deviendrez-vous aussi un rayon de soleil qui satisfera les appétits des petits et des grands

A contrario, il est évidemment possible de faire rappeler aujourd'hui à votre interlocuteur un souvenir négatif d'un moment passé de sa vie. Par exemple, vous pouvez lui rappeler à l'esprit le prix fort qu'il ait dû payer d'avoir remis à plus tard une décision importante.

Voici une histoire qui illustre mes propos.

Adolescente, Jane a toujours voulu voir son groupe préféré de rock en concert, mais elle vit dans une région reculée, ce qui lui fait croire que son groupe préféré ne repassera jamais dans sa région.

Car elle a déjà raté une fois l'occasion de voir son groupe préféré en concert dans sa région. Parce ce jour là, elle était tenue par son travail le jour exact du concert. Elle en était vraiment inconsolable.

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Jane est aujourd'hui trentenaire à la recherche d'un nouvel emploi. Son amie Dina l'invite à postuler pour une belle opportunité d'emplois au Canada, mais Jane ne sait pas et elle est indécise.

Voici ce que Dina a mis en pratique pour convaincre son amie de postuler pour cet emploi.

-Jane, tu te souviens de ce moment où tu avais avez raté l'occasion unique d'assister au concert exceptionnel de ton groupe rock préféré ? Tu te souviens combien tu t'es sentie mal de manquer cette occasion unique dans ta vie ?

Maintenant, voici une autre occasion qui pourrait avoir un impact dramatique dans ta vie. Si tu ne bouges pas rapidement, d'autres vont se battre pour cette opportunité professionnelle. Vas-tu à nouveau manquer cette chance ?

Jane soudain réalisa à quel point elle pourrait manquer cette opportunité de travail. Car elle s'est souvenue à quel point elle s'est mal sentie de manquer le concert de son groupe préféré il y a quelques années. Elle ne va pas laisser un autre moment important de sa vie lui filer entre les doigts..

En utilisant cette méthode puissante de **régression** vers le passé, n'oubliez pas de mettre l'accent sur ce que votre interlocuteur ressentira de positif, si elle fait ce que vous voulez qu'elle fasse. Et faites lui imaginer ce qui pourrait lui arriver de pire si elle ne suit pas le direction que vous désirez qu'elle prenne.

Vous l'avez évidement remarqué. Les **phénomènes hypnotiques** peuvent être utilisés à bon escient afin de mobiliser et orienter les pensées de vos interlocuteurs à votre avantage.

Ne vous y méprenez pas. Et prenez vraiment conscience de ce qui suit. Adoptez à partir d'aujourd'hui ces nouvelles connaissances dans vos communications. Et vous prendrez un avantage décisif dans vos facultés à convertir vos interlocuteurs hésitants en aficionados convaincus par vos idées et vos messages.

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Passons maintenant au dernier phénomène hypnotique : la dissociation.

[11]**La dissociation**, qu'est-ce que c'est au juste ?

Pour vous éclairer, n'avez-vous jamais eu cette étrange sensation d'être à la fois ailleurs et ici en même temps, alors que vous étiez assis sur votre chaise au lycée ?

Je serais prêt à parier ma chemise que tel a déjà été le cas. Car il nous arrive tous sans exception à nous dissocier de façon totalement incontrôlable. Le phénomène de dissociation survient lorsqu'une partie de votre psychisme se dissocie de l'autre partie.

C'est notamment la cas lorsque votre esprit dérive lentement au point de se laisser aller à a rêverie alors que vous vous retrouvez en plein milieu des bouchons interminables de fin de journée.

Et en quoi cela me concerne t-il en temps que communicateur hypnotique ?

Cela vous concerne au plus haut point. Et bien plus que vous ne le pensez. Pourquoi ?

Savoir comment *dissocier* vos interlocuteurs de leur environnement immédiat, peut être une chose très utile dans la vente. En captant et en maintenant leur **attention**, vous pouvez obtenir d'eux qu'ils ignorent ou n'entendre plus les klaxons, les autres gens qui parlent, les sonneries de téléphones. Tout comme ignorer leurs propres déclarations critiques vis-à-vis de votre produit ou service.

Car l'époque dans laquelle nous vivons est source providentielle de **distraction**. Combien de fois vous est-il ainsi arrivé d'être en face d'un locuteur distrait ou déconcentré par rapport au contenu de votre message ? Capter l'attention et maintenir cette attention est devenu dans bien des cas, un véritable tour de force dans la jungle de la distraction moderne.

Comment pourriez-vous de ce fait, utiliser le phénomène hypnotique de **dissociation** à votre avantage lors d'une interaction ? Suivez le guide, et voyez comment je peux parvenir à capter et maintenir l'attention de mon interlocuteur :

- Comme vous pouvez entendre le bruit de l'horloge et les voitures en bruits de fond derrière vous, et tandis que ces bruits de fond vont se fondre progressivement … Vous allez être en mesure de vous concentrer pleinement sur ce que je vous dis… voilà pourquoi vous serez

[11] Traité pratique de l'hypnose Broché – 1 mars 2006, de Milton H. Erickson

pleinement concentrés sur le message que je suis en passe de vous donner... Ce qui signifie que vous allez pleinement vous imprégner de mes recommandations sur les meilleures pratiques médicales en haute montagne...

Le truc est d'**utiliser les ressources** de votre environnement immédiat à votre avantage. Dans cet exemple, j'utilise en effet les bruits de l'environnement immédiat comme point de départ.

Le bruit de l'horloge et le bruit de fond de voitures. Que vous soyez à la campagne ou en ville, utilisez votre environnement lorsque vous êtes en train de communiquer. Utilisez les bruits de fond comme étant un fait indéniablement vérifiable aux yeux de votre interlocuteur. De la sorte, vous créez un *oui mental* initial dans son esprit. Puis ensuite **guidez-le** vers le comportement souhaité : être à votre écoute et totalement focalisé sur ce que vous dites.

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Ingrédient n°7 : L'ancrage, la télécommande pour déclencher instantanément le comportement désiré chez l'autre - et comment vous pouvez l'apprendre

Selon vous, qu'arriverait-il si vous pouviez faire un simple geste qui offrirait immédiatement la possibilité de changer l'humeur ou l'attitude de la personne que vous souhaitez convaincre ou influencer. Est-ce vraiment possible ?

Oui c'est tout à fait possible. Grâce à la technique de **l'ancrage**. L'ancrage, vous n'en avez peut-être pas conscience, peut s'utiliser aussi comme outil de persuasion très puissant dans vos communications aux autres.

Imaginez le leadership et l'influence que vous pourriez avoir sur les autres et obtenir ce que vous désirez qu'ils fassent, pensent ou disent; sans qu'ils soient conscients de cela. C'est possible avec l'ancrage. Après, demandez-vous dans quel but vous souhaitez l'utiliser. N'oubliez pas, ayez toujours en tête la construction de relations **gagnant-gagnant**, naturellement. Mais ça, vous l'avez bien compris.

Pour bien comprendre ce qu'est le phénomène de l'ancrage, je vous invite à vous souvenir d'un film qui a été si touchant qu'il vous a fait pleurer. Prenez le temps quelques secondes de vous reconnecter à ce souvenir. Souvenez-vous du film le plus triste que vous ayez jamais regardé au cinéma. Vous y êtes ? Vous vous souvenez de la bande-son qui accompagnait ce film ?

N'avez-vous jamais deux mois plus tard, écouté la radio et avez entendu la même chanson triste entendue quelques mois plus tôt au cinéma ? Que s'est-il passé dans votre esprit ?

Instantanément, vous vous êtes souvenu tout à coup de la scène et des acteurs. De même, vous avez ressenti remonter en vous, exactement la même émotion que celle vécue deux mois auparavant. Le phénomène *d'ancrage* est expérimenté à votre insu ici.

Qu'est-ce qu'une ancre? J'en explique brièvement le principe. Une ancre est une **connexion forte** entre un stimulus (son, odeur, image, texture) et une émotion ou un état mental spécifique.

Ancrez donc vos interlocuteurs à de bons sentiments envers vous

Faites le test. Vous êtes au bureau accompagné de vos collaborateurs. À chaque fois que l'un de vos collaborateurs se met à rire ou à plaisanter, je vous invite à siffler un air heureux pendant quelques secondes de façon discrète dans la pièce.

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Réalisez cet acte de façon systématique, toujours de façon discrète. Si vous le faites assez régulièrement, vous pourriez être surpris tôt ou tard de voir votre collaborateur se mettre à rire de bon cœur, après qu'il vous ait entendu siffloter tout à coup un petit air joyeux. De façon toute innocente.

Les autres collègues se demanderont ce qui s'est passé pour que votre ami passe subitement d'un état de concentration, en un état de plaisanterie ou de franche rigolade. Mais vous saurez précisément pourquoi.

Sorcellerie ? Imposture ? Pas du tout. En réalisant préalablement un travail de conditionnement, vous créez dans le cerveau conscient de votre collègue, une **association forte** entre un état émotionnel (l'état joyeux) et un **stimulus** externe (votre sifflotement).

Dans cet exemple j'ai utilisé un sifflotement comme stimuli. Mais cela aurait pu être tout autre chose. Comme un claquement de doigts, ou un mot précis. Ou encore un geste spécifique.

Et le plus beau là-dedans, c'est que votre collègue ne sera même pas conscient que vous l'avez *programmé* - grâce à une ancre auditive - à commencer à rire de bon cœur à chaque fois qu'il entend ce sifflotement joyeux. Pour que le résultat soit optimal, cela demande néanmoins un peu de pratique. Mais une fois que vous avez accompli ce travail préalable, vous détenez un puissant outil d'influence pour contrôler les émotions et les comportements d'autrui.

Il y a en effet des moments où vous pouvez changer l'humeur d'une personne s'il est dans un état neutre, de sorte que vous pouvez le **conditionner** à ressentir une certaine émotion grâce à l'utilisation de votre ancre.

Utilisé de façon stratégique, qu'arriverait-il si vous pouviez en un claquement de doigts faire passer le négociateur hargneux vous faisant face, en un gai luron ? Cela change forcément la donne. Pourquoi ?

Souvenez-vous ce que nous avons vu en début de ce livre. Les **états mentaux** dans lequel nous nous trouvons influencent considérablement la façon dont nous réagissons dans une situation donnée.

Qu'arriverait-il, au lieu d'être ronchon, si vos enfants avaient la banane et le sourire, avant d'aller au lit ? Tout ça parce que vous avez réalisé sur eux de façon préalable un discret mais oh combien efficace ancrage ?

Evénement + réaction = résultat

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

En y réfléchissant bien, cela change tout.

Qu'en serait-il au niveau de vos relations amoureuses ? Au niveau professionnel ? Je vous laisse imaginer par vous-même l'intérêt que peut avoir ce genre de stratagème hypnotique.

Mettez-vous par exemple dans la peau d'un parent qui souhaite instaurer chez son enfant un sentiment de confiance ou de contrôle lorsqu'il en a besoin ?

Comment faire ?

Vous pouvez réaliser un **ancrage** en faisant retourner votre enfant dans son passé en lui refaisant revivre par l'imagination où il avait expérimenté de la confiance en elle. Dans un domaine bien particulier de sa vie. Cela peut être par exemple, le jour d'une remise de diplômes. Ou encore ce moment si particulier où il se sentait si fier d'avoir gagné cette fameuse course VTT. L'important c'est que ce souvenir soit fort et impactant dans son esprit.

Que pourriez-vous dire à votre enfant afin de le faire retourner dans ce souvenir plaisant ?

« Retourne dans ton passé et imagine un moment où tu te sentais si fier de toi, lorsque tu te sentais quasi invincible au point où rien ne semblait t'arrêter...»

Vous sentez que votre enfant - par l'imagination - retourne dans son passé et qu'il se ré imprègne de ce sentiment fort de confiance en lui ? Hop vous ancrez alors cet état de confiance en lui, en appuyant par exemple sur son épaule, ou encore en lui disant *« Tu es un véritable superman, mon fils ! »*

À chaque fois ultérieurement que vous appuierez sur son épaule, ou que vous lui direz *« Tu es un véritable superman, mon fils ! »* sur le même ton, votre enfant sera à nouveau habité d'une étonnante sensation de confiance en soi. Instantanément. N'importe où. Et face à n'importe qui.

Vous imaginez la portée de cet outil si vous êtes coach sportif, politicien, maître de conférences ou leader d'opinion ? Je vous laisse y songer par vous-même.

La clé pour rendre vos ancrages efficaces

La clé pour rendre l'ancrage efficace est une application **constante** et régulière. En reprenant l'exemple de votre collègue, c'est en sifflant systématiquement à chaque fois qu'il se met à plaisanter que vous parviendrez à le conditionner à réagir ensuite à votre sifflotement joyeux.

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Ne vous attendez donc pas à rendre votre ancre efficace en une seule fois. C'est peu probable.

Après combien de **répétitions** peut-on arriver à un résultat optimal ? Ma réponse est simple: testez par vous-même ! Réalisez votre ancre; s'il ne produit pas l'effet escompté, c'est que vous n'avez pas suffisamment conditionné votre interlocuteur à réagir. Alors vous devez recommencer à nouveau à le faire plus souvent possible. Puis re-testez à nouveau ! La répétition mène à la réussite.

Voici d'autres exemples de mises en pratique ou vous pourriez utiliser l'ancrage à votre avantage.

Vous êtes coach sportif ? Si je devais être coach sportif, je serais bien inspiré de dire d'une voix enthousiaste et contagieuse *« Vous êtes des as, les gars !!! »* à tous vos joueurs à chaque fois qu'ils effectuent une prestation au-delà de vos attentes.

Ce travail de **conditionnement d'ancrage** systématique va imprégner au fur et à mesure le cerveau inconscient de vos joueurs. Résultat ?

A chaque fois qu'ils vous entendront dire ultérieurement *« Vous êtes des as, les gars !! »* avant un match, leur cerveau va automatiquement se mettre en mode *ON*. Ce qui signifie qu'il va instantanément faire un **lien** entre le sentiment heureux de fierté lié à leurs bonnes prestations antérieures, et votre stimulus.

Ne vous étonnez pas dès lors de voir vos joueurs monter sur le terrain avec le regard d'un lion, l'énergie d'une gazelle et la soif de victoire d'une panthère.

Tout ça, parce que vous aurez préalablement stratégiquement **conditionné** leur esprit grâce à la force de l'ancrage. Les ancres peuvent être vraiment puissantes. Appliquez-les à bon escient. Comme le disait maître Yoda dans Star Wars *« Avec un grand pouvoir vient une grande responsabilité.*

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

L’un des secrets les plus méconnus pour influencer les comportements, les paroles et les attitudes des personnes que vous souhaitez convaincre ou séduire

Souhaitez-vous que votre interlocuteur soit souvent d'accord avec vous, avec vos principes et vos convictions ? Souhaitez-vous faire en sorte qu'il se range à vos idées tout en ayant l'impression que cette approbation vienne de lui ?

Alors vous frappez à la bonne porte. Lisez attentivement la suite. Voici le secret. A chaque fois que votre interlocuteur vous dit quelque chose d'agréable et que vous approuvez, ayez le réflexe dès maintenant de petites phrases d'approbation comme :

« Oui tout à fait Jean-Pierre »

« Oui tu as raison Jean-Pierre »

« Je suis d'accord avec toi Jean-Pierre »

« Bien sûr Jean-Pierre »

Vous pouvez ou pas, ajouter son prénom en fin de phrase.

En réalisant cela, je vous invite également à utiliser votre langage corporel pour confirmer votre **approbation**. Comme par exemple hocher la tête ou montrer un signe pour montrer que vous êtes d'accord avec elle (utilisez vos mains en signe supplémentaire d'approbation).

A chaque fois que vous êtes d'accord avec lui ou aimez ce qu'il a dit, un processus d'ancrage se crée dans le cerveau inconscient de votre interlocuteur. Automatiquement son cerveau crée une **connexion neuronale** forte entre les stimuli auditifs *« Je suis d'accord Jean-Pierre »* et ses paroles ou attitudes que vous approuvez.

Faites le de façon systématique, à chacune de vos discussions avec vos interlocuteurs. De la sorte, vous créez un schéma (*un pattern*) qui se grave peu à peu neurologiquement dans son cerveau. Faites-le précisément avec les personnes que vous souhaitez convaincre, séduire ou influencer.

La deuxième étape de cette stratégie d'ancrage stratégique est la suivante. Retenez bien ce qui suit. A chaque fois que vous n'aimez pas ce que votre interlocuteur vous dit ou si vous êtes en désaccord avec lui, il vous suffit de ne lui montrer aucune réaction. Pas un mot. Aucune expression ni la moindre émotion. Ne répondez pas, soyez aussi impassible qu’un soldat de la garde britannique.

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Comme si ce que vous avez entendu n'existait pas. Retournez à vos occupations vacantes comme si rien n'était. Que va-t-il se passer dans le cerveau inconscient de votre interlocuteur ?

Il va se créer une désagréable **dissonance** dans son esprit. Le cerveau de votre interlocuteur va alors automatiquement ajuster le tir et modifier ses comportements en votre faveur afin d'entendre à nouveau des mots de votre part, comme :

"Oui tout à fait Jean-Pierre "

"Oui tu as raison Jean-Pierre."

"Je suis d'accord avec toi Jean-Pierre "

"Bien sûr Jean-Pierre "

Pourquoi ? Car vous avez créé en amont, un schéma automatique dans son esprit.

Votre interlocuteur adoptera alors automatiquement des comportements, attitudes et paroles qui recréeront une nouvelle approbation de votre part. Parce qu'il se sent obligé inconsciemment de répondre au *schéma* que vous avez créé dans son cerveau inconscient. Pour les puristes, c'est ce que l'on appelle le **conditionnement opérant** en psychologie cognitive.

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Ingrédient N°7 : les symboles hypnotiques, la technique Barack Obama pour influencer l'inconscient

Découvrons maintenant ce stratagème hypnotique qui vous amènera à un niveau plus élevé dans votre capacité à maîtriser l'hypnose conversationnelle : l'utilisation des **symbôles hypnotiques**. Symboles hypnotiques…quèsaco ?

Pour illustrer mon propos, saviez-vous que Barack Obama utilisa régulièrement ce stratagème hypnotique durant sa campagne électorale 2007-2008 ? Lisez-donc l'anecdote suivante sur Barak Obama. Pendant qu'il parlait à son auditoire de John F. Kennedy, lors de ses congrès en campagne, il pointait souvent discrètement un geste de la main de façon répétée vers son torse.

Ceci, à chaque fois qu'il parlait de J.F.K. Pourquoi ? Le stratagème est puissant. Car ce faisant, il réussit le tour de force de créer une **association subconsciente** entre lui et JFK. Symboliquement, ce geste de la main envoya en effet un signal inconscient fort à son auditoire*. « Vous pouvez m'associer au charisme et à la gloire de JFK. »*

Vous pouvant faire de même dans vos communications. Je vais montrer comment apprendre cette subtilité plutôt déconcertante mais ô combien intéressante.

Jared Leto, un showman acteur, musicien... et hypnotiseur ?

Connaissez-vous [12]Jared Leto ? Probablement. Pour ceux qui ne le connaissent pas, Jared Leto est un acteur américain à succès. Il fut d'ailleurs récemment couronné d'un oscar à Hollywood pour ce second rôle dans le film *Dallas Buyers Club.*

Jared possède une particularité plutôt unique. Il est aussi le chanteur d'un groupe de rock au succès planétaire*, Thirty Seconds to Mars.* Comme je suis fan de rock, je me suis rendu il y a quelques temps au concert de ce groupe non loin de chez moi, à Anvers en Belgique.

Outre la qualité du concert, fantastique, j'ai pu observer avec délectation à quel point **Jared** Leto avais le don de mettre son public en transe et de le rendre acquis à sa cause.

Son subterfuge ? Il entra en scène, entouré d'un public hystérique de 15 000 personnes. Quels furent ses premiers mots ? *« J'adore la Belgique et cette belle ville d'Anvers. »* Jusque-là, rien de bien étonnant me direz-vous. Sauf que...

[12] https://fr.wikipedia.org/wiki/Jared_Leto

Pendant qu'il déclara son amour au public, il tenait entre ses deux mains un gigantesque drapeau aux couleurs de la Belgique. Et durant toute sa première chanson, il se pavana aux quatre coins de la scène avec le drapeau national belge en main.

L'astuce n'avait rien d'innocente. Pourquoi ? L'histoire de 3 à 4 minutes, Jared Leto s'associa de **façon inconsciente** dans l'esprit du public, au symbole fort du drapeau belge : l'union fait la force.

Il transcenda véritablement le public, en fusionnant avec lui pendant qu'il **s'associait** subtilement au **symbole** que représentait le drapeau belge. Jared Leto transféra inconsciemment l'amour que le public portait au drapeau national sur sa propre personne. Personne dans le public probablement ne remarqua le tour de passe-passe. Sauf votre présent serviteur toujours à l'affut.

Ce tour de passe-passe rendit encore plus chaleureux, charismatique et magnétique, Jared dans l'esprit de son public. Pourtant déjà rallié à sa cause. Le procédé est magistral.

À votre avis, pensez-vous que le nombre de tee-shirts, calicots, DVD et autres accessoires aux couleurs de son groupe de rock ont subitement monté en flèche la fin du concert ? J'ai ma petite idée là-dessus...

Et vous, de votre côté comment pourriez-vous utiliser les **symboles hypnotiques** à votre avantage ? Je vous invite les prochains jours à penser comment vous pourriez utiliser ce stratagème hautement puissant pour conquérir votre public ? Qu'il s'agisse de marketing, de politique, ou tout autre domaine de la vie, pensez à utiliser ce stratagème dès aujourd'hui dans votre communication.

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Ingrédient N°8 : le storytelling hypnotique, ou comment emmener les autres, comme Alice au pays des Merveilles

Le storytelling hypnotique -- ou en français, les **histoires hypnotiques** -- sont un moyen puissant d'influence et de persuasion en communication hypnotique. Car les histoires ont le pouvoir de changer notre façon de voir le monde qui nous entoure. Elles nous permettent de changer de point de vue, de comportement.

D'ailleurs, observez les leaders charismatiques influents : il n'est pas rare qu'ils utilisent les histoires pour nous faire glisser subtilement le message qu'ils veulent que nous acceptions. Ce n'est évidemment pas un hasard.

Parce que lorsque nous sommes en mode *storyland* - quand nous communiquons avec les autres - nous avons le pouvoir de contourner leur **esprit critique** facilement. Car une histoire, lorsqu'est bien racontée, fascine. Une histoire interpelle. Que diriez-vous aujourd'hui, de découvrir l'art du storytelling hypnotique? Vous êtes prêt ? Alors, prenez une grande respiration... et en route, Alice, aux Pays des Merveilles !

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Les métaphores, la porte d'entrée du storytelling hypnotique

Commençons par nous intéresser aux métaphores. Les **métaphores** sont en effet au storytelling, ce que les roues sont à une voiture : l'assise indispensable. Et ce, pour plusieurs raisons: les métaphores et analogies nous donnent des indices très précieux, sur la réalité symbolique des personnes qui nous entourent.

Cela nous donne une idée précieuse de leurs préjugés, **croyances** et vision qu'elles ont de la vie. Donc, plus nous connaissons leur croyances, préjugés, valeurs personnelles, plus nous avons de chance de les influencer.

Le **langage** que nous utilisons tous les jours, en dit long sur notre façon de voir la vie : que se soit dans des domaines aussi divers que la famille, l'amour, le travail, la famille. Observez votre entourage. Lorsque une personne de votre entourage vous parle d'un sujet (l'amour, le travail, la famille), est-il rare qu'elle vous en parle sous forme de **métaphore** ?

Par exemple :

Au sujet de la vie :

« La vie est comme une boîte de chocolat, on ne sait jamais ce que l'on va y trouver. »

Interprétation : la vie est remplie de surprises. Bonnes ou mauvaises. On prend ce qui vient.

Au sujet de l'amour :

« Rien qu'en pensant à ce mec, j'ai les cheveux qui se dressent sur la tête ! »

« En le voyant, si j'avais pu, je me serais cachée dans un trou du souris ! »

Au sujet du travail :

« Le monde de la finance est comme une ile paradisiaque...entourée de requins prêts à vous dévorer ! »

Interprétation : le monde de la finance est un milieu sans foi ni loi. Il fait être très fort pour y survivre. C'est comme ça.

Les **métaphores** ont aussi et surtout un autre atout de taille. Elles permettent de glisser nos **suggestions** -- en tant que communicateur hypnotique -- de manière très directe au subconscient de la personne à influencer. Vous seriez étonné de la puissance des métaphores dans le processus d'influence !

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Milton Erickson, le père de l'hypnose moderne, utilisait déjà à l'époque, le principe des métaphores envers ses patients. Et le corps médical de l'époque était très étonné, en voyant les résultats extraordinaires que Milton Ericsson avait vis-à-vis de ses patients malades ! De nombreux patients et malades changèrent profondément en fréquentant le docteur Milton Erickson.

Le *Sage de Phoenix* - tel que l'on le surnommait, était un utilisateur très expérimenté des métaphores. Et les résultats qu'il obtenait démontraient leur force dans le processus de communication.

Pourquoi ? Car une métaphore bien choisie a le pouvoir de *percuter* de plein fouet, la **réalité symbolique** de la personne que vous souhaitez influencer (ses valeurs, sa vision du monde, ses croyances, etc). Tout comme le missile percute sa cible.

Observez d'ailleurs le grand communicateur qu'est Barack Obama, par exemple. Il est très fréquent, dans ses discours, que [13]Barack Obama se serve de métaphores. Et ce n'est certainement pas par hasard. Car elles sont un outil incontournable de faire accepter ses idées aux électeurs américains !

Les **métaphores** ont aussi un autre rôle très utile : celui de recarder les objections, résistances et les idées reçues de vos interlocuteurs. Et par la même, les inciter à suivre votre point de vue (en d'autre mot, faire taire son esprit critique (scepticisme, réticence, inertie). Et en tant que communicateur hypnotique, c'est ce que vous désirez au plus haut point, non ?

Et lorsque que l'on y regarde de plus près, posséder le pouvoir d'influencer autrui, c'est un peu comme posséder une **moto de sport** hyperpuissante ! Grâce à cet outil très puissant, vous allez bientôt posséder une puissance insoupçonnée entre vos mains.

Celle qui vous permettra de doubler les autres sur l'autoroute du succès. Celle qui vous emmènera là, bien plus vite que les autres, où vous souhaitez vous rendre. Mais attention, comme tout bolide qui se respecte, la science de la persuasion exige de vous que vous soyez un conducteur prudent et respectueux des autres. Mais parce que je suis certain que vous êtes un conducteur prudent et respectueux, je sais que vous utiliserez toute cette puissance, à bon escient, pas vrai ?

---

13 http://www.pennypresslv.com/Obama's_Use_of_Hidden_Hypnosis_techniques_in_His_Speeches.pdf, page 21

Comment ai-je construit cette métaphore ? C'est simple, je me suis posé la question suivante:

« Si la communication hypnotique pouvait être symbolisée par un personnage, un objet, un lieu ou un animal, quel serait ce symbole ? »

Et bien me concernant, la moto est un objet qui symbolise parfaitement la communication hypnotique dans mon esprit. Pourquoi ? Car une moto est tout à la fois rapide et puissante. Mais elle peut aussi se fondre dans le trafic routier. Tout comme la communication hypnotique est puissante, invisible et rapide.

Vous saisissez le principe ? Choisissez donc des **métaphores** qui **symbolisent** la façon de voir le monde de votre interlocuteur, et non la vôtre. La nuance est très importante. A partir de maintenant, observez bien vos interlocuteurs et les personnes que vous désirez influencer. **Rentrez dans leur monde** et leur vision des choses. Comment voient-ils la vie ? Comment voient-ils l'amour ? Quelle est leur vision du succès ? Comment voient-ils la famille ? Observez leur façon de se représenter le monde puis construisez des métaphores qui symbolisent leur vision particulière de la vie.

Ce faisant, vous serez à même de pourvoir leur concocter des métaphores personnalisées qui percuteront de plein fouet leur réalité symbolique. Je vous invite pour cela, à lire cette anecdote très intéressante à plus d'un point.

Un ami que j'ai formé à la communication hypnotique me raconta un jour une histoire qu'il a vécue récemment dans son job de consultant. Une marque connue de voiture pour laquelle il travaille comme consultant en vente l'avait appelé de toute urgence pour aider la maison-mère de la marque.

Le motif ? Les responsables de la marque se rendaient compte que leur nouveau petit modèle de type sportif avait peine à se vendre en showroom. Les clients n'étaient en effet pas convaincus par ce nouveau modèle. Le motif ? Bien que possédant un moteur ultra sportif (plus de 200 chevaux), le design somme toute très (trop) discret ne leur renvoyait pas une image assez puissante et agressive pour une voiture de ce type.

Après maintes réflexions, mon ami se concerta avec le directeur des ventes de la marque. Il lui recommanda de modifier l'approche de vente de ce modèle spécifique auprès des clients. Trois mois plus tard, le directeur des ventes appela mon ami John en lui disant d'une voix joyeuse :
« Nous avons augmenté les ventes de plus de trente pourcent sur trois mois ! Félicitations

John, je ne sais pas quelle baguette magique tu as utilisé, mais le résultat est impressionnant ! Nos vendeurs ont pu enfin trouver la bonne approche pour convaincre la jeune clientèle exigeante. »

Voulez-vous voir comment mon ami a fait ? C'est simple, il a recommandé aux vendeurs de modifier leur approche de vente, en leur recommandant de raconter une toute petite anecdote à leur clientèle. Petite anecdote, mais grands effets !

Revoici une retranscription type de cette nouvelle approche qui a permis une augmentation de vente de trente pourcent en à peine trois mois.

Le client :

- Hum, c'est le nouveau modèle sport ?

Le vendeur :

- Oui, effectivement.

Le client :

- Ben dites donc, extérieurement, elle ne paie pas de mine ! Si son moteur est aussi attrayant que son look sportif, elle ne doit pas être très performante !"

Le vendeur :

- Oh vous savez, ce modèle cache bien son jeu. Car en y regardant de près, elle est un peu comme un grand maître de karaté.

Le client :

- Ah...bon ?

Le vendeur :

- Oui, en apparence elle est plutôt banale et discrète. Mais lorsque vous la titillez, elle est d'une puissance et d'une rapidité redoutable. Elle pourrait même vous donner un coup de pied aux fesses comme vous en avez rarement eu dans votre vie. Les heureux propriétaires de ce bolide ont d'ailleurs peine à croire qu'une simple voiture en apparence puisse détenir autant de puissance.

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Ca me fait d'ailleurs penser à cette histoire récente dont tout le monde parle en ville. La connaissez-vous ? Figurez-vous qu'une bande de jeunes loubards visiblement mal inspirés ce jour-là, ont voulu s'en prendre à une jeune femme sans défense. Et vous savez quoi ? Le jeune dame qui était experte en arts martiaux leur a botté le derrière et donné une correction qu'ils n'oublieront pas de si tôt.

La moralité de cette histoire est que parfois les apparences sont très trompeuses. C'est le sentiment que vous pourriez bientôt ressentir après avoir essayé ce petit bolide. Car en moins de temps qu'il ne faut pour le dire, sa puissance exceptionnelle vous scotchera véritablement. Mais, aurez-vous le courage de vous y frotter ?

Le client :

- Oh, elle est si puissante que ça ?

Le vendeur :

- Vous ne me le faites pas dire. Mais bon, il faut être un conducteur aguerri pour la conduire. En êtes-vous un ?

Le client :

- Bien sûr que oui ! Serait-ce possible de l'essayer ?"

Le client :

- Bien évidemment ! Quand pouvez-vous réserver un essai sur route ?

BINGO ! Cette nouvelle approche de vente a permis d'augmenter les ventes de plus de 30% en à peine 3 mois !

Pourquoi ?

Dans cette nouvelle approche les vendeurs ont utilisé très intelligemment une anecdote utilisant une **métaphore** liée au thème des arts martiaux. En effet, dans l'inconscient collectif l'art martial est souvent vu comme une arme redoutablement efficace bien qu'étant totalement invisible au premier abord. Tenez, combien de films et de séries nous montrent de jeunes femmes en apparence fragiles et menues qui utilisent leur connaissance des arts martiaux pour maîtriser des hommes bien plus costauds qu'elles ?

En transposant la **symbolique** de cette métaphore au modèle de la voiture sportive mais discrète, cela a offert un nouvel éclairage aux yeux de la jeune clientèle.

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Les **histoires** et métaphores ont longtemps été connues pour être un moyen très efficace **d'instruire** et d'informer les gens. Une métaphore ou histoire nous offre la possibilité de transposer quelque chose que nous avons appris dans un domaine à un autre domaine de notre vie. Les histoires et métaphores sont donc très utiles pour aider notre interlocuteur à mieux comprendre et apprécier les idées et suggestions que nous leur tendons.

En outre, notre interlocuteur tend à absorber l'histoire ou la métaphore pour l'adapter ses propres expériences et besoins. L'histoire ou la métaphore jette une nouvelle lumière sur ce qui est communiqué.

Enfin, les métaphores, anecdotes et histoires permettent efficacement de **contourner les objections** d'autrui. Rappelez-vous l'histoire que je viens de vous raconter. Grâce à une intelligente métaphore savamment choisie, les vendeurs du modèle de voiture ont pu brillamment contourner les objections et idées préconçues des clients.

Que se serait-il passé si les vendeurs avaient continué à garder leur approche commerciale classique ? Ils auraient perdu trente pourcent de vente chaque mois, sans même le savoir !

A vous de jouer, donc !

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Les histoires hypnotiques, la huitième merveille du monde de la communication

Vous l'aurez remarqué. J'utilise depuis le début de ce livre, nombre d'histoires et d'anecdotes pour **illustrer** les principes de l'hypnose conversationnelle que je souhaite vous faire comprendre. Et comme vous l'aurez compris, ce n'est certainement pas par hasard. Alors, quand peut-on utiliser les **histoires hypnotiques** dans la communication ? A vrai dire, presque tout le temps !

Qu'il s'agisse de **conscientiser** autrui ou encore de vouloir démontrer les bénéfices de vos idées afin d'acquérir un public à votre cause, les histoires hypnotiques sont définitivement un outil de premier rang à maîtriser.

Voyons voir quels sont les différents types d'histoires à utiliser dans la communication. Et surtout comment les rendre hypnotiques. Vous serez alors à même de pouvoir les utiliser de façon **stratégique** afin de **motiver** et **influencer** autrui à votre cause.

1. Les histoires personnelles

Je vous invite dès que faire se peut, de raconter votre histoire personnelle. L'objectif ?

Premièrement, il y a de fortes chances que vos interlocuteurs, puissent **s'identifier** inconsciemment aux challenges que vous avez rencontrés sur votre chemin de vie. C'est fort probable. Car comme vous et moi, les autres êtres humains sont programmés par leurs désirs et leurs peurs.

Deuxièmement, en se mettant *à nu* par vos histoires personnelles, et en racontant vos motivations profondes, il y a de fortes chances que la crédibilité envers les conseils que vous proposez aux autres ait montée d'un cran. Pourquoi ? Car en partageant des tranches de vie, vos limites, vos aspirations, vous crédibilisez les motivations qui vous poussent à motiver, conseiller ou influencer ceux qui vous entourent.

Mon objectif est que les autres puissent dire de vous : *« Si cela a fonctionné pour lui, cela pourrait aussi fonctionner pour moi ! »*

Et je vous invite dès à présent à intégrer les histoires personnelles dans votre communication. Si le contexte y est propice, partagez à autrui ou à votre auditoire votre histoire personnelle. Avec sincérité, montrez aux autres vos **aspirations**, vos failles et vos espoirs. Cela va inévitablement tisser un lien entre vous et votre auditoire. Et vous savez maintenant que le **lien** est le ciment indispensable dans toute communication hypnotique.

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Comment croyez-vous que les séries et films à succès sont construits ? Pourquoi pleurez-vous devant une belle histoire d'amour ? Pourquoi êtes-vous en larme parce que votre héros préféré meurt à la fin de la série ? Parce que d'une façon ou d'une autre, vous leur ressemblez. Leurs aspirations et leurs défis sont les vôtres.

2. Les histoires du type *mon ami John*

Cela vous a fait tilt ? J'ai utilisé souvent depuis le début de ce livre, des histoires de type *Cela me fait penser à mon ami John à qui il est arrivé…* Là encore, ce n'est pas par hasard. En effet, les histoires de type *mon ami John* sont souvent utilisées dans la communication hypnotique. Ce type d'histoire construite à la troisième personne est très efficace. Car lorsque l'on parle d'une **personne extérieure** qui a eu des problèmes que vos suggestions ou idées ont déjà permis de solutionner, le lecteur que vous êtes peut alors s'identifier inconsciemment *au héros* de l'histoire que je vous fais partager.

Et ce phénomène **d'identification** est d'autant plus important que *le héros* de mon histoire partage des caractéristiques communes avec vous, cher lecteur. Plus j'utilise en effet un personnage qui vit presque la même situation que vous, plus vous avez tendance à vous identifier à lui. Et ce qui a fonctionné pour lui dans la résolution de son problème, va fonctionner pour vous aussi.

Il est donc important lorsque vous racontez des histoires de type *mon ami John*, de respecter la chose suivante. Racontez donc votre histoire de telle façon que votre propre auditoire puisse s'identifier inconsciemment au "héros" de votre histoire.

Pour ce faire, je vous invite dès maintenant à vous intéresser de près aux personnes que vous souhaitez influencer et convaincre. Intéressez-vous de près à leurs habitudes de vie, à leurs hobbies, à leurs **centres d'intérêts**. Tout comme à leurs challenges de vie, à leurs **peurs**. Et vous pourrez ainsi donc construire des histoires qui contiendront des personnages, des endroits et des choses par rapport auxquels votre auditoire pourra s'identifier inconsciemment. La clé est là.

Vous visez le succès dans vos relations aux autres ? Très probablement. Cela tombe bien. Car…

… Ça me fait d'ailleurs penser à une bonne amie à moi qui a toujours voulu connaître un moyen de devenir plus charismatique Un jour, je la croisai au coin de la rue. Elle semblait contrariée. Elle m'avait confié qu'elle commençait à se sentir prisonnière d'une vie qui ne correspondait pas à cent pour cent à ses aspirations. Pourtant intelligente, elle avait

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

l’impression qu'elle ne se sentait pas suffisamment écoutée au travail. Elle ne se sentait pas toujours comprise non plus par ses enfants. Même si elle ne se sentait pas pour autant malheureuse, quelque chose la titillait au fond d’elle. Sa confiance en elle-même était chancelante.

Elle sentait qu'elle avait le droit de vivre sa vie comme elle l'entendait. Je lui avais alors offert le livre que vous tenez entre vos mains. A l'époque, au début elle semblait un peu sceptique vis-à-vis des principes que je lui proposais de mettre en application. Pourtant, lorsque je lai revue quelques temps plus tard, elle m'avait confié qu'elle se disait souvent : ***« Ce livre est la clé de changement personnels très importants. Lis-le. Encore et encore. Chaque relecture t'en apprendra encore davantage sur ta façon de communiquer aux autres. »***

Et c'est ce même type de ressenti que vous pourriez vous aussi cher lecteur, d'ici quelque temps. Et pendant que vous lisez ces lignes, vous commencez peut-être à penser à quel point votre vie relationnelle pourrait devenir de plus en plus enrichissante. A chaque fois que vous allez **mettre en application** ces principes d’hypnose conversationnelle. Et vous n'avez pas à **mettre en pratique les principes** de ce livre, jusqu'à ce que vous réalisiez combien ce que vous êtes en train d'assimiler peut **changer votre regard** sur la communication.

Fin de l'histoire.

Note : voyez-vous comment cette pourtant banale (en apparence) histoire du type *mon ami John* contient une tonne de suggestions malicieusement déposées sous vos yeux, cher lecteur ? Prenez le temps d'analyser la structure de cette petite histoire.

Contient-elle des éléments susceptibles de vous identifier à l'héroïne de l'histoire ? Très certainement.

Contient-elle un **message caché** susceptible de considérer les principes dont je vous parle dans ce livre comme étant digne d'intérêt ? Je vous laisse répondre par vous-même.

Voyez-vous comment une simple histoire en apparence peut contenir de puissantes suggestions et incitations ? Tel est le pouvoir de ce type d'histoire. Car la personne de cette histoire détient des similarités avec vous, cher lecteur. En effet, ne souhaitez-vous pas aussi prendre votre capacité relationnelle en main ? N'étiez-vous pas vous aussi d'un scepticisme naturel vis-à-vis des principes que je vous partage dans ce livre ?

Si vous répondez *OUI*, alors il y a de fortes chances que vote esprit inconscient se soit déjà imprégné des subtiles messages que je souhaite vous faire passer. Quels sont-ils à votre avis ?

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Vous devriez maintenant pouvoir commencez à faire preuve de perspicacité en la matière. N'oubliez pas que le storytelling hypnotique vient s'ajouter aux diverses techniques de communication hypnotique que vous avez apprises jusqu'à maintenant. Alors savez-vous les reconnaître ? Relisez cette petite histoire, et analysez les différentes techniques apprises jusqu'à maintenant. Comment pourriez-vous de votre côté, appliquez le *storytelling* dans votre communication orale et écrite ? Je vous laisse à votre plume !

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Hypnose conversationnelle avancée : cas concrets de mise en pratique dans la vie réelle

Nous avançons. Les ingrédients et la recette sont maintenant connus. Je ne pouvais donc résister à la tentation de vous montrer des cas concrets de **mise en application** de l'hypnose conversationnelle en action. Voyez dans ces exemples, comme tous les ingrédients vu dans ce livre s'emboîtent de façon stratégique, en fonction du contexte.

Servez-vous-en comme d'un canevas pour vos propres stratégies conversationnelles au quotidien. Et surtout, **pratiquez.** Il n'y a pas d'efficacité sans maîtrise pratique.

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Cas d’étude 1 : comment motiver un ami à partir en vacances au soleil avec vous, sans être poussif, ni vendeur ?

Stratégies utilisées :

- Revification d’expérience émotionnelle
- Levier de motivation : recherche de plaisir
- Rapport hypnotique
- Voix hypnotique

Il est difficile de motiver quelqu'un à faire quelque chose si il est amorphe, déprimé et sans enthousiasme. Par contre, si vous parvenez à le faire entrer dans un **état interne** propice d'excitation et d'énergie positive liées au besoin que votre demande peut satisfaire chez lui, vous aurez de forte chances de pouvoir l'influencer à faire ce que vous lui demandez (motivation par le plaisir d'imaginer ses besoins satisfaits). Inversement, certaines personnes ont besoin d'un "coup de bâton" pour que leur comportement change

Il existe donc 2 grands types de motivations principales qui sont susceptibles d'influencer une personne :

- La recherche de plaisir (avec tous les besoins qui y sont liés (voir liste des besoins déjà évoqués dans ce livre)
- Vouloir éviter la douleur et la souffrance (la peur, en quelque sorte de perdre un besoin qui vous est cher)

L'importance du langage émotionnel :

Le langage que nous utilisons, possède une forte influence sur les **états internes** d'une personne que nous souhaitons influencer. Souvenez-vous en, nous en avons déjà parlé auparavant. C'est pour cela qu'en hypnose conversationnelle, nous utilisons (entre-autre), une technique pour activer un état interne spécifique : la **revification d'expérience émotionnelle**. Rappelez-vous, il s'agit de raviver à l'instant présent, chez une personne, un souvenir et une émotion très forte du passé afin de transformer à votre avantage, son état interne

Démonstration dans l’exemple suivant.

Vous revoyez un ami d'enfance avec qui vous partiez souvent en vacance auparavant. Vous avez une idée en tête, celle de lui suggérer subtilement de partir en vacances avec vous.

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Comment feriez-vous pour le motiver à vous suivre, en utilisant ce que vous avez appris ?
De mon côté voici ce que je lui dirais….

- Hey salut John, cela fait plaisir de te revoir

-Oh Mike, cela fait si longtemps

- Wow, cela fait des lustres...tu te souviens d'ailleurs de nos dernières vacances à Ibiza ? (le processus de revification commence)

-Tu parles si je m'en souviens... c'était absolument fabuleux ! (observez le changement d'état interne)

- oh oui, c'était absolument fabuleux (dans la même intonation de voix que lui.)… *d'ailleurs pout toi, quel moment a été le plus magique ?*

- Le plus magique ?... oh je me souviens... c'était sur la plage (il commence à approfondir ici maintenant l'émotion liée à ce souvenir passé)

- Vous **reformulez au présent**, en optant le même timbre et profondeur émotionnelle de voix que lui : *Aaah la plage... je me souviens...il fait si chaud... je ressens la chaleur du soleil....la musique du bar de la plage... je m'en souviens* (commencez à espacer vos morceaux de phrase d'une seconde ou deux, pour que votre ami s'imprègne vraiment de l'impact émotionnel de ce que vous lui dites. Vous utilisez aussi vos 5 sens pour décrire la scène.)

- Oh oui... la musique... ce genre de musique... elle rend l'atmosphère de cette plage….incroyable (votre ami commence à rentrer dans une transe légère)

Et vous continuez ainsi à intensifier la profondeur de la transe, au gré de l'échange verbal. (c'est un peu comme un ping-pong émotionnel entre deux personnes)

En quelques phrases, vous êtes parvenu à créer un **état interne positif** lié au souvenir de cet instant magique. Votre ami est maintenant dans un état de **suggestibilité** intéressant. Si à cet instant, vous lui soumettiez l'idée de repartir en vacance ensemble, il serait beaucoup plus susceptible de répondre à votre demande. Car vous avez créé un **contexte hypnotique** de façon perspicace et élégante.

Démontons le processus d'hypnose conversationnelle :

1. Modification d'un état interne (plaisir, joie et excitation par revification d'expérience émotionnelle)

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

2. Réactivation soudaine d'un besoin (d'avoir du plaisir - besoin d'être un être social - besoin d'appartenance à un groupe "les clubbers d'Ibiza")
3. Augmentation de l'état de suggestibilité

Cas d'étude 2 : De la dépression à la renaissance, en 1 mois. La méthode d'hypnose conversationnelle à utiliser quand on est infirmier

Stratégies utilisées :

- Commande hypnotique imbriquée
- Calquage et conduite
- Rapport hypnotique
- Voix hypnotique
- Revification d'expérience émotionnelle

L'histoire d'Alberte va vous toucher si vous recherchez comment utiliser l'**hypnose** en milieu **infirmier**. L'histoire d'Alberte m'a été racontée par Laurent, un jeune homme que j'ai formé à l'hypnose afin qu'il l'intègre dans son métier d'infirmier.

Petit retour en arrière. Laurent est **infirmier** dans une résidence pour personnes âgées. Un jour, il fait la rencontre d'une dame du doux nom d'Alberte, haute de ses 92 printemps qui venait de s'installer depuis 5 semaines comme résidente permanente.

Hélas, Alberte, qui venait d'entrer dans cette résidence, se trouvait dans un état **dépressif**. Anxieuse et dépendante par nature, elle qui détestait par dessus tout l'inconnu, était servie. Il n'en fallait pas plus pour nourrir sa dépression. Se retrouver loin de sa zone de confort l'avait en effet, fait plonger dans un état d'impuissance et de tristesse. Cerise sur le gâteau, Elisa n'était pas autonome, car elle avait mal à son genou droit. Conséquence d'une mauvaise chute.

Ne sachant plus se déplacer correctement, elle avait beaucoup de mal à accepter de devenir dépendante des infirmier(e)s pour aller au toilette, notamment. Ce qui affectait son état, de la tête au pieds, si l'on peut oser la formule.

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Heureusement pour elle, Laurent, avait plus d'un tout de passe-passe dans sa besace. Il avait appris des techniques conversationnelles d'**hypnose** qu'il cachait sous sa longue blouse d'**infirmier**.

Un jour, Laurent s'approcha d'Alberte et **s'agenouilla** auprès d'elle, comme pour se mettre à sa hauteur. Il lui parla pendant une minute. Une toute petite minute. Petite minute, mais immenses résultat. Jugez plutôt. A partir de ce jour là, au grand étonnement des autres infirmiers du Home, Alberte fit de jour en jour, des progrès continus, tant d'un point de vue moral que physique.

Quand ses collègues infirmiers demandèrent à Laurent s'il savait l'origine de cette récupération mentale et physique étonnante, il leur répondit simplement ceci "*Oh, j'ai simplement raconté une anecdote sur mon fils à Alberte, et visiblement, elle s'en est inspirée..."* Qu'avait donc voulu insinuer le malicieux Laurent au détour ce réponse laconique ?

L'hypnose conversationnelle : de belles perspectives en milieu infirmier

Ses collègues, ce jour là, ne comprirent probablement pas ce que Laurent sous-entendait par là. Mais Laurent, lui, savait pourquoi Alberte avait récupéré tant physiquement et moralement : grâce à l'hypnose conversationnelle qu'il avait appliqué en tant qu'infirmier sur sa patiente, Alberte. Vous voulez savoir ce qu'il lui a dit, durant cette petite minute ?

"Vous savez Alberte, je suis là devant vous, vous êtes en train de boire votre café, ***et*** *peux être que* ***tôt ou tard****, vous pourriez* ***vous retrouvez*** *fort intriguée par l'histoire que je vais vous raconter...Vous savez, que j'ai un fils, Dylan. Il a 3 ans, mais il m'émerveille à chaque jour qui passe...Et vous savez pourquoi, Alberte ?* ***Parce que*** *Dylan est têtu... A chaque fois qu'il tombait lorsqu'il apprenait à marcher, il* ***se relevait…*** *à chaque fois...*

…Et vous pensez que le moindre doute s'immisçait dans son esprit...Pas du tout...Dylan, ***se relevait…*** *à chaque fois...et à chaque jour qui passait...il tombait,* ***se relevait,*** *et…* ***avançait un peu plus...****chaque jour…et tôt ou tard, Dylan s'est mis à trouver son équilibre et sa force...*

...C'est fou quand même Alberte, quand on y ***pense****... parce que en chacun d'entre nous...sommeille cet enfant... et* ***vous savez comme je sais...****qu'à un* ***certain niveau****, une partie de vous même... se souvient de ces moments où vous tombiez...et vous vous releviez... aucun nuage de doute ne semblait s'immiscer dans votre jeune esprit à ce moment là ... vous êtes tombées maintes et maintes fois...*

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

*… Et chaque chute vous rendait … **plus forte**...et… **plus autonome**… pourtant...n'est-ce pas étonnant quand on y... **réfléchit** vraiment, non....et je me demande ce qu'il se passerait si vous retrouveriez à... **repensez à tout cela**, Alberte... »*

Démontons le processus d'hypnose conversationnelle :

Voilà comment Laurent a utilisé ses connaissances d'hypnose en milieu infirmier. Rien de sorcier au premier abord, non ? Pourtant quand on y jette un œil attentif, on peut retrouver la technique d'hypnose de calquage et conduite. Tout comme la commande hypnotique cachée. Ainsi que la revification d'expérience émotionnelle. Vous y saupoudrez le tout de quelques grammes de langage hypnotique.

Placez le tout au four de la synchronisation, et vous en ressortez une **recette hypnotique A.C.S** qui laissera un goût de renouveau et d'espoir dans la bouche d'Alberte. Notre jeune fille de 92 printemps.

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Conclusion : Les secrets des super-communicants révélés à tous

Vous réalisez peut-être maintenant que tous les outils que vous venez de voir jusqu'à maintenant peuvent être considérés comme des outils très puissants d'influence. Cependant il me semble néanmoins important de remettre l'église au milieu du village. Ces techniques d'hypnose conversationnelle n'ont en soi, rien de magique.

Comprenez par là qu'elles n'obligent pas en effet subitement votre interlocuteur à aimer ce qu'il a toujours détesté. Non, la puissance de ces techniques réside conversationnelles dans votre aptitude à éteindre momentanément **l'esprit critique** votre interlocuteur. Tout comme à activer son **imagination**, transformer ses **états internes** et à augmenter ainsi sa **suggestibilité**.

Cette remarque est valable dans toutes les situations que vous rencontrez. Vous ne pourrez jamais obliger une personne à faire quoi que ce soit qui soit contraire à ses valeurs. Par contre ce que vous parviendrez à faire, c'est de **créer le contexte hypnotique idéal** afin de diminuer ses résistances et faire considérer à votre interlocuteur vos idées sous un jour nouveau afin qu'elles puissent être plus aisément acceptées.

Comprenez bien la subtilité. C'est la combinaison de toutes ces techniques assemblées qui vous offrira la possibilité de booster littéralement votre degré d'influence auprès des autres.

Autrement dit, si vous savez comment...

- Établir un rapport hypnotique à l'autre
- Diminuer ou supprimer ses résistances
- Découvrir et stimuler ses besoins génétiquement programmés
- Utiliser les mots et structures hypnotiques pour focaliser son attention et stimuler son esprit inconscient

Alors vous possédez un outil invisible et remarquable d'efficacité pour convaincre, séduire, toucher les cœurs et les consciences des personnes que vous souhaitez influencer. Cet outil constituera alors un véritable accélérateur de succès.

Car il n'y a pas de succès sans influence. Nouez alors des relations gagnant-gagnant avec les autres. C'est la seule façon de réussir. Faites grandir les autres, et ils vous

feront grandir à leur tour. Rendez service aux autres. Faites-leur sentir qu'ils sont importants. Voilà à quoi doit servir ce que vous tenez entre vos mains.

Les grands hommes comme Steve jobs, le pape François, Barak Obama sont ceux qui possèdent une aptitude particulière à faire adhérer les autres à leur vision. En assimilant et en mettant en pratique ce que vous venez d'apprendre, vous posséderez vous aussi cette faculté à faire adhérer les autres à votre vision et à vos valeurs. Cela sera parfois facile et rapide. Parfois cela demandera plus de temps. Comme pour tout.

Alors, retroussez les manches et **entraînez-vous**. Chaque jour un peu plus. Brique après brique. Ce livre sera votre meilleur allié vers l'apprentissage de l'hypnose conversationnelle. En commençant d'abord à vous convaincre que vous pouvez y arriver, puis en convainquant les autres de votre vision vous ferez alors un pas de géant vers le succès et la richesse relationnelle que vous méritez.

Si vous désirez aller plus loin dans votre apprentissage de l'influence hypnotique, vous êtes libre de consulter nos services et formations pour de plus amples informations : hypnose-conversationnelle.com

Bon vent !

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés

Pour en savoir un peu plus sur moi, cher lecteur

Vous voilà à la fin de ce livre, cher lecteur. Ou pourrait-on dire… au début de votre parcours. Je souhaite que son contenu vous inspire au point où vous allez pas-à-pas, **commencer à développer vos compétences** en hypnose conversationnelle.

Tiens, en parlant d'hypnose conversationnelle, vous vous demandez peut-être *« qui suis-je »* pour me permettre de vous guider dans la maîtrise de cet art (à priori) difficile qu'est l'hypnose conversationnelle. Laissez-moi vous en dire un peu plus sur moi.

Je m'appelle Renaud Czerwiec, et je suis un passionné d'hypnose. Il parait que je suis tombé dedans quand j'étais petit (à la différence d'Obélix, je ne bois pas d'hydromel, et ne porte pas de menhir sur mon dos, c'est trop lourd).

Le mental humain et les sciences des comportements m'ont toujours fascinés, au point où j'en ai fait mon métier. Je suis aujourd'hui **hypnothérapeute**, **formateur** en hypnose ericksonienne et diplômé en **psychologie clinique** (un truc très sérieux, il paraît). Je reçois donc bon nombre de patient venant de Belgique, de France, du Luxembourg, et même d'Allemagne, dans mon académie d'hypnose et de coaching, situé à Liège en Belgique.

Je suis donc bien placé pour dire que l'hypnose conversationnelle, *« ça marche ».* Puisque je l'utilise tout aussi bien sur des adolescents, des enfants et des adultes. Que ce soit en thérapie ou en coaching de vie. Pour autant, j'ai remarqué que les sources fiables qui traitent d'hypnose conversationnelle ne sont pas légion sur l'internet francophone. Et je sais que cela vous frustrait sans doute un peu, tout autant que moi. Il fallait donc y remédier par ce livre.

Donc, votre mission cher lecteur, si vous l'acceptez, est de commencer dès aujourd'hui, votre chemin et découvrir comment **pratiquer l'hypnose conversationnelle**. Cela commence donc maintenant !

www.hypnose-conversationnelle.com – tous droits réservés